

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

CHIRLEI DIANA KOHLS

**MEDIAÇÕES NO CONSUMO MIDIÁTICO DE JOVENS EM CONFLITO COM A LEI
E DE EVANGÉLICOS: “TIPO, O DIA INTEIRO, NÉ?”**

CURITIBA

2017

CHIRLEI DIANA KOHLS

**MEDIAÇÕES NO CONSUMO MIDIÁTICO DE JOVENS EM CONFLITO COM A LEI
E DE EVANGÉLICOS: “TIPO, O DIA INTEIRO, NÉ?”**

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Comunicação, no Curso de Pós-Graduação em Comunicação, Setor de Artes, Comunicação e Design, da Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Profa. Dra. Claudia Irene de Quadros

CURITIBA

2017

Catálogo na Publicação
Sistema de Bibliotecas UFPR
Karolayne Costa Rodrigues de Lima - CRB 9/1638

Kohls, Chirlei Diana

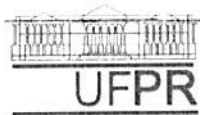
Mediações no consumo midiático de jovens em conflito com a lei e de evangélicos: "Tipo, o dia inteiro, né?" / Chirlei Diana Kohls . – Curitiba, 2017. 151 f.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Claudia Irene de Quadros

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Setor de Artes, Comunicação e Design, Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal do Paraná.

1. Mediação - Comunicação 2. Mídia - consumo 3. Convergência cultural - Jovens I.Título.

CDD 302



PARECER

A banca examinadora, instituída pelo colegiado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, do Setor de Artes, Comunicação e Design da Universidade Federal do Paraná, após arguir a candidata **CHIRLEI DIANA KOHLS**, em relação ao seu trabalho de dissertação intitulado “**Mediações no consumo midiático de jovens em conflito com a lei e de evangélicos: ‘Tipo o dia inteiro, né?’**” é de parecer favorável à *aprovação* da acadêmica, habilitando-a ao título de Mestre em Comunicação, linha de pesquisa “Comunicação, Educação e Formações Socioculturais” da área de concentração em Comunicação e Sociedade. Curitiba, 28 de abril de 2017.

Profa. Dra. Veneza Mayora Ronsini (PPGCOM –UFPR)

Profa. Dra. Valquíria John

Profa. Dra. Claudia Irene de Quadros
Orientadora e presidente da banca examinadora

Dedicatória

*Ao meu pai, Rudibert,
à minha mãe, Marita,
à minha oma (avó) Lídia (in memoriam),
luzes da minha vida.*

AGRADECIMENTOS

Gratidão é o sentimento que traduz estes dois anos de mestrado, pelos tantos aprendizados, dentro e fora da universidade; pelas pessoas incríveis que encontrei na caminhada; pela torcida, apoio e carinho daqueles que já estavam na minha vida; pelas conquistas e alegrias vividas e compartilhadas; e, inclusive, pelas dificuldades, que me fazem chegar até aqui mais forte.

Agradeço especialmente aos meus pais, Rudibert e Marita, por tudo o que significam na minha vida, por me apoiarem, por me darem força, por me encorajarem, por encherem a minha vida de amor. Certamente, sem vocês eu não chegaria até aqui.

À minha orientadora, Claudia Quadros, por me inspirar, por conduzir de maneira iluminada esta pesquisa e por acreditar em mim. Às professoras Valquíria Michela John e Veneza Mayora Ronsini pelas importantes contribuições na banca. Aos professores do PPGCOM-UFPR pelas trocas de ideias durante as disciplinas, nos corredores e eventos da UFPR, congressos, quadras de vôlei, bares e cafés...

À minha irmã, Cheila, pelo jeito peculiar de me incentivar e deixar meus dias leves, e ao meu irmão, Carlos, por me motivar e torcer por mim. Ao meu afilhado, Wilhelm, por fazer o amor transbordar nos meus dias. À minha oma (avó) Lídia (*in memoriam*), por ser a tradução da ternura na minha vida, e ao meu opa (avô) Edegar, por sempre me encorajar. A todos os familiares que sempre torceram por mim, oma Vera (*in memoriam*), Mirian, Neni, Márcia, Valdir, Lurdes, Michel...

A todos os amigos que torceram por mim durante estes dois anos e desde que nos conhecemos, especialmente à Ofelia, por me motivar, me incentivar e encorajar sempre com tanto carinho; à Danubia e à Jamile, por estarem sempre comigo e serem presentes na minha vida; à Jéssica, por todo o carinho e força neste processo.

Aos mais do que colegas, amigos que o mestrado trouxe, pelas trocas de ideias e momentos compartilhados na universidade e fora dela. Um abraço de agradecimento especial para Alice, que esteve comigo nos mais difíceis e doces momentos, sempre me fortalecendo; para Guta, que encheu esse processo de doçura; para Barbara e Pati, que se tornaram amigas incríveis compartilhando momentos em viagens, congressos acadêmicos e da nossa vida pessoal; para Lenise, Ju e Karen, que com tanto carinho me acolheram em suas vidas.

À Giovana Bonini, pela pessoa e profissional que é e por segurar minhas mãos nos momentos mais difíceis de todo esse ciclo.

À direção da Casa de Semiliberdade de Curitiba e ao Departamento de Atendimento Socioeducativo (Dease), da Secretaria de Estado da Justiça, Cidadania e Direitos Humanos do Paraná, por abrir as portas de uma experiência única de aprendizados.

Aos jovens em conflito com a lei e aos jovens evangélicos por participarem desta pesquisa e a tornarem possível e por me ensinarem não apenas como pesquisadora, mas como ser humano.

A Deus, por me dar forças nas mais diversas situações e por iluminar esse caminho com todas as pessoas citadas aqui.

Cada um de vocês tornou este ciclo especial. Muito obrigada!

*“Percebi que eu só quero pesquisar o que me dê esperança.
Temos que pesquisar não só o que permite denunciar,
mas o que permite transformar, mesmo em pequena medida. [...] Cada vez ponho mais paixão no que digo, porque é a única maneira de fazer as pessoas perceberem algum valor no que digo. A paixão é contagiosa, não se deve pedir desculpas pela paixão”.*

Jesús Martín-Barbero

RESUMO

Esta dissertação analisa de que forma as mediações atravessam o consumo midiático de jovens em conflito com a lei e de jovens evangélicos em contexto de convergência cultural. Nesse sentido, o problema de pesquisa é: como se dá o consumo midiático de jovens a partir do contexto das mediações diante da transformação da comunicação? Os jovens evangélicos são da Comunidade Alcance de Curitiba (PR) e os jovens em conflito com a lei da Casa de Semiliberdade de Curitiba. A faixa etária dos dois grupos varia de 15 a 29 anos. As discussões são embasadas pelas transformações da cultura e da comunicação e as mediações imbricadas nos processos comunicativos e no consumo midiático de jovens. O arcabouço teórico traz principalmente a teoria das mediações, de Jesús Martín-Barbero, e o modelo das múltiplas mediações, de Guillermo Orozco Gómez. Nesse contexto, ainda trabalhamos a convergência sob a perspectiva de transformações culturais e o consumo a partir de uma abordagem multidisciplinar, considerando aspectos como globalização, cidadania, identidade e cultura, na qual também se insere o consumo midiático. Os procedimentos metodológicos adotados são múltiplos: foram aplicados quatro grupos focais, sendo dois com jovens evangélicos e dois com jovens em conflito com a lei; seis entrevistas em profundidade, três de cada grupo; e os mesmos seis jovens tiveram seus perfis do Facebook analisados com base na etnografia virtual. As mediações atravessam e interferem no consumo midiático dos dois grupos de jovens, por exemplo, restringindo o uso da Internet e do celular, o que muda a relação com outros meios, e estimulando o contato com determinados meios, o que também interfere na percepção dos conteúdos midiáticos. No Facebook, os conteúdos publicados pelos jovens também são permeados por mediações em ambos os grupos pesquisados.

Palavras-chave: Comunicação. Mediações. Consumo midiático. Convergência. Jovens.

ABSTRACT

This dissertation analyzes how the mediations cross the media consumption of young people in conflict with the law and of young evangelicals in the context of cultural convergence. In this sense, the research's problem is: how the media consumption of young people happens from a mediations' context in face of the transformation of communication? The young Evangelicals are from the Comunidade Alcançe de Curitiba (PR) and the young people in conflict with the law are from the Casa de Semiliberdade of Curitiba. The age of the members in both groups ranges from 15 to 29 years old. The discussions are based on the transformations of culture and communication and the mediations imbricated in the communicative processes and in the media consumption of young people. The theoretical framework includes mainly the theory of mediations, by Jesús Martín-Barbero, and Guillermo Orozco Gómez's model of multiple mediations. In this context, we also work on convergence from the perspective of cultural changes and consumption from a multidisciplinary approach, considering aspects such as globalization, citizenship, identity and culture, in which media consumption is inserted as well. The methodological procedures adopted are multiple: four focal groups have been applied, two with young evangelicals and two with young people in conflict with the law; six in-depth interviews, three from each group; and the same six young people had their Facebook profiles analyzed based on virtual ethnography. Mediations interfere with the media consumption of the two groups of young people, for example, restricting the use of the Internet and the cell phone, which changes the relation with other means, and stimulating the contact with certain means, which also interferes in the perception of the media contents. On Facebook, content published by young people is also permeated by mediations in both groups that were researched.

Keywords: Communication. Mediations. Media consumption. Convergence. Young people.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – PRIMEIRO MAPA METODOLÓGICO DAS MEDIAÇÕES PROPOSTO POR JESÚS MARTÍN-BARBERO – 1987.....	43
FIGURA 2 – MAPA DAS MEDIAÇÕES COMUNICATIVAS DA CULTURA – 1998.....	47
FIGURA 3 – MAPA DAS MEDIAÇÕES PARA INVESTIGAR AS MUTAÇÕES CULTURAIS – 2009.....	51

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – CATEGORIAS DOS <i>POSTS</i> DOS JOVENS NO FACEBOOK.....	116
TABELA 2 – CATEGORIAS DOS <i>POSTS</i> DOS JOVENS EM CONFLITO COM A LEI NO FACEBOOK.....	117
TABELA 3 – CATEGORIAS DOS <i>POSTS</i> DOS JOVENS EVANGÉLICOS NO FACEBOOK.....	119

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	“DAÍ ASSIM”: UM PERCURSO METODOLÓGICO CONSTRUÍDO A PARTIR DO CAMPO	19
2.1	CONTEXTO E PERFIS DOS JOVENS PESQUISADOS.....	30
2.1.1	A Casa de Semiliberdade de Curitiba e os jovens em conflito com a lei.....	30
2.1.2	A Comunidade Alcance de Curitiba e os jovens evangélicos.....	33
3	“PRA SE COMUNICAR, SABE?”: A COMUNICAÇÃO MEDIADA NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA A PARTIR DE CONEXÕES JUVENIS	36
3.1	EM CASA, NA UNIVERSIDADE, NO TRABALHO, NA IGREJA: MEDIações NAS ROTINAS DA JUVENTUDE.....	40
3.1.1	A teoria das mediações de Jesús Martín-Barbero.....	41
3.1.1.1	Das mediações culturais da comunicação às mediações comunicativas da cultura.....	46
3.1.1.2	Um mapa das mediações para investigar as mutações culturais.....	51
3.1.2	O modelo das múltiplas mediações de Guillermo Orozco Gómez.....	54
3.1.2.1	Micro e macromediações.....	59
4	“É VICIANTE”: O CONSUMO MUDIÁTICO PERMEADO NAS PRÁTICAS COTIDIANAS DE JOVENS	63
4.1	A CONVERGÊNCIA A PARTIR DE TRANSFORMAÇÕES COMUNICATIVAS E CULTURAIS.....	70
4.1.1	Circulação e apropriação de conteúdos no cenário midiático.....	74
4.1.2	As imagens num atravessamento pelo consumo midiático em contexto de convergência.....	78
5	“TIPO, O DIA INTEIRO, NÉ?”: RESULTADOS E ANÁLISE DAS MEDIações NO CONSUMO MUDIÁTICO DOS JOVENS PESQUISADOS	81
5.1	ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE.....	95
5.1.1	Mediação institucional: a televisão que passa a ser fonte de informação.....	95
5.1.2	Mediação individual (cognitiva): a televisão que não mostra a realidade e as redes sociais digitais que são perigosas.....	99
5.1.3	Mediação de identidade e tecnicidade: o vício pelo celular.....	103

5.1.4	Mediação de ritualidade: conteúdos sobre futebol para conversar com o pai.....	106
5.1.5	As mediações videotecnológica e de institucionalidade no consumo de desenhos televisivos.....	110
5.1.6	Mediação situacional: tevê, rádio e jornal na casa da família.....	112
5.2	ETNOGRAFIA VIRTUAL NO FACEBOOK.....	115
6	CONSIDERAÇÕES.....	125
	REFERÊNCIAS.....	131
	APÊNDICE 1 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....	139
	APÊNDICE 2 – ROTEIRO SEMI-ESTRUTURADO DE GRUPO FOCAL.....	141
	APÊNDICE 3 – ROTEIRO SEMI-ESTRUTURADO DE ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE.....	142
	ANEXO 1 – REQUERIMENTO E TERMO DE COMPROMISSO DE PESQUISA.....	143

1 INTRODUÇÃO

“Na verdade, a vida é mais ou menos movida por isso [pela mídia]”.
Jovem evangélico, 19 anos (2016)

Curitibano, evangélico, 19 anos. Coursou até o primeiro ano do ensino médio. Trabalha como gerente de uma loja. Filho de pastor, desde a infância frequenta a igreja. Afastou-se da igreja durante seis anos (na pré-adolescência e adolescência). Envolveu-se com vandalismo. Usou maconha “cinco vezes ao dia”. Deixou o “vício”. Voltou a se envolver com as atividades religiosas. Diz, o consumo midiático é influenciado pelo contexto no qual está inserido. Depois de voltar à igreja, “restringo o que vou assistir”. Está nas redes sociais, principalmente no WhatsApp e Facebook. Assiste a programas televisivos. Gosta de assistir a desenhos, porque remetem à realidade. Não ouve rádio. Jornal impresso só tem acesso às vezes no local de trabalho. E acredita que “a vida é mais ou menos movida pela mídia”.

O discurso do jovem evangélico que abre a reflexão desta pesquisa remete à presença da mídia cada vez mais intensa no dia a dia das pessoas, trazendo a sensação de que é a mídia que nos consome (SILVERSTONE, 2002). A apropriação dos conteúdos considerando o contexto sociocultural no qual se está inserido (TOALDO; JACKS, 2013) também é evidente na fala do jovem. E podem ser observadas as mediações comunicativas da cultura (MARTÍN-BARBERO, 2009a) na rotina relacionada ao consumo midiático por ele apontado.

A história do jovem evangélico ainda transita por contextos distintos e traz algumas características que podem ser associadas a jovens em conflito com a lei, como o uso de drogas. Da mesma forma, há jovens em conflito com a lei que também são evangélicos. É nesse cruzamento de aspectos em comum e, ao mesmo tempo, distanciamento de outras questões relacionadas às práticas da vida cotidiana que analisamos o consumo midiático de jovens inseridos em contextos socioculturais diferentes: jovens evangélicos e jovens em conflito com a lei.

As conexões dos grupos estudados também ocorrem diante de instituições totais (GOFFMAN, 2015) no dia a dia destes jovens. Erwin Goffman (2015) explica que o aspecto central das instituições totais pode ser descrito “com a ruptura das barreiras que comumente separam essas três esferas da vida [dormir, brincar e trabalhar]. Em primeiro lugar, todos os aspectos da vida são realizados no mesmo local e sob uma única autoridade” (GOFFMAN, 2015, p. 17). Podemos associar as instituições totais com os grupos pesquisados quando, por exemplo, os jovens em

conflito com a lei convivem no mesmo espaço, a Casa de Semiliberdade de Curitiba, sob normas, como o estabelecimento de atividades, e de conduta, que determinam, entre outros aspectos, a avaliação e permanência dos jovens na instituição. Nas instituições totais, “[...] todas as atividades diárias são rigorosamente estabelecidas em horários, pois uma atividade leva, em tempo predeterminado, à seguinte” (GOFFMAN, 2015, p. 18), como pode ser observado na Casa de Semiliberdade.

Já a igreja, instituição total dos jovens evangélicos, não apresenta barreiras físicas como muros, mas também afeta o cotidiano desse público, como a questão do jejum em momentos similares entre todos os membros da igreja e o estabelecimento de normas do que é ser cristão. Nesse sentido, podemos associar as instituições totais em ambos os contextos dos jovens a mudanças do próprio “eu”: “em nossa sociedade, [as instituições totais] são estufas para mudar pessoas; cada uma é um experimento natural sobre o que se pode fazer ao eu” (GOFFMAN, 2015, p. 22). Tanto no caso dos jovens em conflito com a lei quanto dos evangélicos a mudança é para o que seria uma convivência social “correta”, no primeiro grupo a partir de condutas conflituosas com a lei e, no segundo, a partir de uma ligação religiosa.

Há diferenciações na formação dos grupos pesquisados: os jovens evangélicos reúnem-se em torno de interesses em comum por “vontade própria”, e os jovens em conflito com a lei convivem por estarem ligados diretamente a uma instituição, sem um objetivo previamente traçado para essa relação. Sonia Aguiar (2006) explica que redes sociais informais se caracterizam pelas interações de indivíduos em suas relações cotidianas, sob as demandas das subjetividades, das necessidades e das identidades – como no caso dos jovens evangélicos. E há redes organizacionais ou interorganizacionais em que os participantes atuam apenas institucionalmente (AGUIAR, 2006), como pode ser observado na convivência dos jovens em conflito com a lei. A busca por objetivos variados integra a vida social e, em alguns casos, as posições dentro das interações, quando institucionalizadas, adquirem certa estabilidade, considerando regras, recursos e relações sociais (THOMPSON, 2013).

Porém, é a diferença do contexto dos grupos que interessa nesta pesquisa, considerando também pontos em comum no momento da análise. Roger Silverstone (2005) reforça a importância da questão de qual contexto trazer para análise com o intuito de localizar o indivíduo: “eu posso considerar o indivíduo como membro de

uma classe, gênero, como membro de uma faixa etária e de um modo limitado estabelecer uma relação entre um indivíduo e a sociedade. Eu não estou dizendo que isto é incorreto, na verdade é crucial” (SILVERSTONE, 2005, p. 129 e 130). As diferenças da constituição dos grupos podem ser relacionadas também à complexidade de observar os sujeitos e seus processos comunicativos. É preciso “levar em conta a complexidade do sujeito, da formação do sujeito, e como isso afeta os processos comunicacionais” (BONIN, 2016, informação verbal)¹.

Diante disso, o problema de pesquisa desta dissertação é: como se dá o consumo midiático de jovens a partir do contexto das mediações diante da transformação da comunicação? O objetivo geral é analisar de que forma as mediações atravessam o consumo midiático de jovens em conflito com a lei e de jovens evangélicos em contexto de convergência cultural. Para responder ao problema de pesquisa, os objetivos específicos são conhecer as mediações na rotina de jovens e sua relação com a mídia; identificar semelhanças e divergências no consumo midiático de dois grupos de jovens inseridos em contextos socioculturais distintos; verificar como se dá a apropriação de conteúdos e a circulação de mensagens dos jovens ante a convergência de meios.

O estudo comparativo foi feito com jovens evangélicos da Comunidade Alcance de Curitiba (PR) e jovens em conflito com a lei da Casa de Semiliberdade de Curitiba. O universo da pesquisa é composto por 24 jovens, sendo 12 em conflito com a lei e 12 evangélicos. A idade dos sujeitos pesquisados é de 15 a 29 anos, faixa etária definida no Estatuto da Juventude para considerar pessoas jovens, conforme a lei número 12.852, Brasil, 5 de agosto de 2013. Apesar de a idade ser fator importante na formação, que pode inclusive influenciar nas percepções dos jovens, consideramos neste trabalho a juventude como características que ultrapassam uma definição de faixa etária, relacionadas a múltiplas experiências em realidades heterogêneas (WINOCUR, 2009) e processos sociais imbricados por significados atribuídos por esse público. Ao ser relacionada primeiramente a uma categoria vinculada com a idade, a noção de juventude remete à biologia e capacidades do corpo, mas juventude exige significados desenvolvidos

¹ BONIN, Jiani. **III Jornada Gaúcha de Pesquisadores da Recepção**: transformações epistemológicas na recepção. São Leopoldo (RS), 2016. Informação verbal durante conferência no evento na Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

historicamente que refletem o processo social de construção de seus sentidos (MARGULIS, 2001).

Essas experiências sofrem ainda contrastes de acordo com as subjetividades e ao mesmo tempo coletividades nas quais estão inseridos. “As trajetórias juvenis são demarcadas por experiências de comunicação e de incomunicação, de visibilidade e de invisibilidade” (BORELLI; ROCHA; OLIVEIRA, 2009, p. 15).

A definição dos grupos pesquisados e das técnicas adotadas para responder ao problema de pesquisa e alcançar os objetivos, bem como a estrutura teórico-metodológica, fizeram parte de um processo em construção (MALDONADO, 2016)² a partir do contato com o campo e pesquisa bibliográfica, revendo os passos caminhados (BRAGA, 2011). Optamos, então, pela perspectiva multimetodológica (SCHMITZ, 2008).

Ao todo, são cinco etapas: pesquisa exploratória (BONIN, 2011; LOPES, 2008), pesquisa da pesquisa³ (BONIN, 2011), aplicação de grupos focais (COSTA, 2014), entrevistas em profundidade (DUARTE, 2014) e etnografia virtual no Facebook (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011). A pesquisa bibliográfica permeia todas as etapas de pesquisa empírica (MARTINO, 2010).

A definição do grupo de jovens em conflito com a lei se deu por interesse em trabalhar com um grupo pouco pesquisado, conforme identificado na pesquisa da pesquisa e inserido numa realidade distinta. Poucas abordagens e pesquisas com jovens ligados a instituições religiosas também motivaram a escolha do segundo grupo pesquisado. No período de 2006 a 2015, encontramos apenas uma dissertação que analisa jovens em conflito com a lei (SIMÃO, 2012) – antes do período analisado, ainda identificamos outra dissertação que aborda jovens em conflito com a lei (DORNELES, 2003) – e um artigo que discute o processo de mediatização do campo religioso (BORELLI, 2010). Além disso, o acompanhamento durante um semestre de estudantes universitários do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Paraná (UFPR), em 2015, e a observação dos perfis no

² MALDONADO, Alberto Efendy. **III Jornada Gaúcha de Pesquisadores da Recepção:** transformações epistemológicas na recepção. São Leopoldo (RS), 2016. Informação verbal durante conferência no evento na Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

³ Outras nomenclaturas são adotadas para o mapeamento de pesquisas realizadas sobre determinada temática, como estado da arte, estado da questão, estado da investigação. Nesta dissertação optamos por adotar pesquisa da pesquisa, conforme Jiani Bonin (2011).

Facebook desse público ajudou a identificar a relação dos jovens com questões religiosas pela quantidade acentuada de *posts* e compartilhamentos sobre o assunto. Partimos também do pressuposto de que a igreja seja um mediador importante no contexto do consumo midiático.

A pesquisa exploratória foi importante para a percepção de possibilidades a serem analisadas e definição dos próximos passos deste trabalho. Em dezembro de 2015, aplicamos um grupo focal com seis estudantes do curso de Relações Públicas da UFPR, de 18 a 22 anos – que também foram acompanhados durante um semestre na disciplina de Teoria de Opinião Pública e observados no Facebook.

A partir da aplicação do grupo focal, do levantamento da pesquisa da pesquisa e da pesquisa bibliográfica, definimos as técnicas para as próximas etapas. Aplicamos quatro grupos focais, com seis participantes cada, sendo dois com jovens evangélicos e dois com jovens em conflito com a lei; seis entrevistas em profundidade com o público dos dois contextos distintos; e quatro meses de etnografia virtual de seis perfis dos jovens no Facebook. A rede social digital (AGUIAR, 2006) foi escolhida por ser uma das mais citadas durante a pesquisa exploratória. Pretendíamos, ainda, adotar a técnica de observação participante, porém, houve restrição para aplicação dessa técnica com o grupo de jovens em conflito com a lei.

Dessa maneira, apresentamos o arcabouço teórico e os resultados desta pesquisa em quatro capítulos, além da introdução e das considerações. As expressões que titulam esta dissertação e os seus capítulos foram adotadas por serem comumente utilizadas pelos jovens durante a aplicação dos grupos focais e das entrevistas em profundidade.

No capítulo 2, explicamos o percurso metodológico e as respectivas escolhas, bem como apresentamos quem são os jovens que participaram desta pesquisa e em qual contexto estão inseridos. A motivação para realizar este estudo surgiu com a inquietação de buscar entender melhor o público e seu consumo midiático durante experiência da mestranda no mercado jornalístico. Foram quase 10 anos de atuação principalmente em jornais impressos em contexto de convergência de meios.

O capítulo 3 aborda a principal questão analisada nesta dissertação: as mediações. As discussões são embasadas principalmente pela teoria das mediações, de Jesús Martín-Barbero, e o modelo das múltiplas mediações, de

Guillermo Orozco Gómez. Ainda neste capítulo, apresentamos um arcabouço teórico que abarca, principalmente, as discussões de uma comunicação mediada. Esse arcabouço está associado com a linha de pesquisa “Comunicação e formações socioculturais”, do mestrado em Comunicação da UFPR, ao estudar as implicações nos processos comunicativos e sua interface com o consumo.

A discussão da comunicação mediada como processo que atravessa as relações sociais (THOMPSON, 2013; GIRARDI JR., 2007; VERÓN, 2005) relacionada à proposta é um olhar para o outro a partir da cultura (MARTÍN-BARBERO, 2009a). Daí a importância de considerar as mediações comunicativas da cultura, que atravessam as formas comunicativas da vida cotidiana (MARTÍN-BARBERO, 2009a).

Os sentidos atribuídos de forma diferenciada por cada indivíduo na sociedade devem ser considerados a partir de aspectos relacionados aos processos de produção e recepção dentro de contextos socioculturais. A discussão mais ampla sobre as implicações dos processos comunicativos ainda é embasada por Orozco Gómez (2006, p. 86), que contribui com o entendimento das “mediações como processos estruturantes que provêm de diversas fontes, incidindo nos processos de comunicação e formando as interações comunicativas dos atores sociais”.

Diante disso, no capítulo 4, estudamos o consumo a partir de uma abordagem multidisciplinar proposta por Néstor García Canclini, que considera aspectos como globalização, cidadania, identidade e cultura (CANCLINI, 2015). Ainda vemos o consumo como algo que afeta a vida de todos e de que é possível conhecer nossa cultura (ROCHA, 2006). A conceituação do termo consumo vai ao encontro da importância da comparação de jovens pesquisados em contextos distintos quando Canclini (2015, p. 60) define-o como “o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos”. No caso específico do consumo midiático, observa-se sua presença no cotidiano desses jovens e sua influência em relações, percepções etc. (TOALDO; JACKS, 2013).

As discussões sobre convergência também são feitas no capítulo 4 e se relacionam com o consumo midiático quando este estudo considera diferentes meios a serem analisados, sem a escolha de um específico, levando em conta a colisão de velhas e novas mídias e a interação imprevisível de produtores e consumidores (JENKINS, 2009). Entendemos, assim, sinteticamente, por convergência as possibilidades de usos dos meios em diferentes plataformas, inclusive

simultaneamente, e de interação dos sujeitos e os meios a partir de transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais.

É importante lembrar que a ressignificação das mensagens está presente tanto no ambiente digital quanto nas trocas da vida cotidiana. O compartilhamento de conteúdos nas redes sociais digitais, por exemplo, é feito a partir das experiências de cada um e não apenas considerando o que o emissor inicial está colocando em circulação, mas também quem está compartilhando (JENKINS; FORD; GREEN, 2014).

Os resultados desta pesquisa são apresentados e analisados no capítulo 5, organizados de acordo com os objetivos traçados nesta dissertação. Na primeira parte, conhecemos as mediações na rotina de jovens e sua relação com a mídia a partir de dados obtidos durante a aplicação dos grupos focais. A partir dessa técnica de pesquisa ainda identificamos e apresentamos semelhanças e divergências no consumo midiático dos dois grupos.

Num segundo momento, trazemos os resultados das entrevistas em profundidade, que aprofundam a compreensão sobre as mediações atravessadas no consumo midiático dos jovens e como se dá a apropriação de conteúdos ante a convergência de meios. E na terceira etapa, verificamos como se dá a circulação de mensagens dos jovens por meio da etnografia virtual no Facebook. Juntos, os resultados e o tensionamento com o arcabouço teórico, nos levam ao objetivo geral desta pesquisa: analisar de que forma as mediações atravessam o consumo midiático de jovens em conflito com a lei e de jovens evangélicos em contexto de convergência cultural.

Ainda há muito a caminhar em relação à pesquisa sobre o consumo midiático, neste caso especificamente do público jovem. Daniela Maria Schmitz (2014, p. 208) defende a necessidade de ampliar o olhar sobre o consumo de meios “incluindo o rádio, os jornais, as revistas, a Internet, o celular e as tecnologias convergentes nas análises de forma individualizada ou até mesmo em uma investigação que trate do consumo midiático como um todo”. Lembramos que esta pesquisa apresenta um recorte e não tem a pretensão de generalizar os dados alcançados. Portanto, os resultados podem sinalizar e abrir possibilidades de discussões como as dos próximos capítulos.

2 “DAÍ ASSIM”: UM PERCURSO METODOLÓGICO CONSTRUÍDO A PARTIR DO CAMPO

Neste capítulo descrevemos o percurso metodológico desta dissertação, que foi construído a partir do contato com o próprio campo de pesquisa. Foi a observação dos sujeitos pesquisados aliada a outros caminhos, como a pesquisa da pesquisa, a pesquisa exploratória e a pesquisa bibliográfica, que guiaram decisões no percurso metodológico, como detalharemos ao longo deste capítulo.

Trabalhar com jovens, consumo midiático e convergência foi a proposta inicial desta pesquisa de dissertação. A motivação para abordar essa temática surgiu a partir de vivências no mercado jornalístico, principalmente em redação. A adaptação à realidade de mercado, ao contexto socioeconômico do país e à ascensão da tecnologia afetaram diretamente a atuação dos jornalistas e relacionamento com o público. Mas o que motiva o público a consumir determinadas mídias? Quais são as implicações por trás desse consumo midiático?

A partir da pesquisa bibliográfica e da pesquisa da pesquisa, surgiram as discussões sobre mediações e foi se construindo o problema da pesquisa, que sofreu alterações durante o processo de investigação e assim ficou definido: como se dá o consumo midiático de jovens a partir do contexto das mediações diante da transformação da comunicação? A ideia de pesquisar dois grupos de jovens surgiu a partir da inquietação de observar grupos distintos para verificar se há e quais são semelhanças e divergências no consumo midiático de jovens inseridos em contextos diferentes.

A realização de pesquisa exploratória foi importante para definir parte dos procedimentos metodológicos e escolher o primeiro grupo de jovens a ser pesquisado: os evangélicos. Estudantes universitários do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Paraná (UFPR), em Curitiba, foram acompanhados durante um semestre, em 2015, de estágio docência na disciplina de Teoria de Opinião Pública, na qual também houve algumas discussões sobre questões relacionadas ao consumo midiático e convergência de meios.

Adicionamos e acompanhamos os jovens no Facebook e percebemos que as *postagens* e compartilhamentos sobre questões religiosas eram recorrentes em diferentes perfis na rede social digital. Como houve crescimento de evangélicos no Brasil (tópico 5.1.2), de acordo com o Censo Demográfico 2010, do Instituto

Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), optamos por pesquisar jovens dessa religião. Chegamos ao grupo de jovens evangélicos da Comunidade Alcance, de Curitiba, a partir do contato com uma das estudantes universitárias.

Ao final do semestre, aplicamos um grupo focal (COSTA, 2014) com seis dos estudantes universitários, de 18 a 22 anos, ainda como parte da pesquisa exploratória. O grupo focal foi feito em dezembro de 2015 na sala espelho⁴ da UFPR. Foram feitas nove perguntas ao grupo relacionadas ao contato com a mídia na rotina da vida cotidiana e ao conteúdo midiático consumido, às motivações para os usos da mídia, à produção e circulação de conteúdo, ao consumo midiático de imagens e às maneiras de se informar pela mídia. Os resultados sinalizaram o mapa das mediações comunicativas da cultura proposto por Martín-Barbero (2009a), com as quatro mediações presentes nas relações dos jovens com a mídia⁵: ritualidade, institucionalidade, socialidade e tecnicidade – que serão detalhadas no capítulo 3.

Percebemos a importância da pesquisa exploratória (BONIN, 2011; LOPES, 2008) no percurso metodológico como “um momento de desencadeamento de reflexões, decisões e ações, que serão fundamentais para o processo de produção da pesquisa” (LOPES, 2008, p. 283), como foi para a definição do primeiro grupo de jovens a ser pesquisado e para construção teórico-metodológica.

O próximo passo foi a pesquisa da pesquisa, na qual fizemos buscas com combinações de palavras em 13 bases de dados do Brasil⁶. Encontramos oito teses

⁴ Sala utilizada para aplicação de grupos focais na qual há uma divisão “espelhada” de dois espaços para que o documentador, integrante da técnica de pesquisa, possa observar e fazer anotações sobre as reações e respostas dos participantes que estão no outro ambiente da sala com o(a) mediador(a) do grupo focal. Os participantes não conseguem ver, nesta estrutura, a atuação do documentador. A sala espelho da UFPR ainda conta com câmeras de vídeo para gravação dos grupos focais.

⁵ Os hábitos de consumo midiático dos jovens universitários apresentaram mudanças de acordo com as diferentes mediações. “No caso da ritualidade, por exemplo, notou-se repetição e ao mesmo tempo inovação de consumo de mídia, seja em ambientes coletivos ou individuais. A tecnicidade mostrou a relação da técnica com a mídia e a necessidade de verificar redes sociais digitais, por exemplo, para seguir a vida cotidiana, enquanto a institucionalidade trouxe desconfiâncias dos jovens a partir do serviço público dos meios diante de um bombardeio de informações. Por fim, a socialidade mostrou fortemente a relação dos jovens com o espaço midiático por uma necessidade de se sentir parte da conjuntura social na qual estão inseridos, aspecto que também gerou inquietação por parte de um dos entrevistados” (KOHLS; QUADROS, 2016a, p. 129-130).

⁶ As buscas foram feitas com palavras gerais sobre jovens para noção de abrangência, depois foram feitas combinações de palavras, como com variações dos termos jovens, jovem, juventude relacionados à consumo midiático, convergência e mediações. As plataformas utilizadas para busca foram Banco de Teses da Capes, Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações, Google acadêmico, Base Scielo, quatro sites de PPGCOMs (UFRGS, ESPM, USP e UFPR), além de portais de revistas (Revista Comunicação, Mídia e Consumo – ESPM e Revista Contemporânea – UFBA) e

e 29 dissertações, com defesas realizadas de 2006 a 2015 – cinco têm relação mais direta com esta pesquisa, mas nenhuma converge com todos os aspectos metodológicos desta dissertação – e 28 artigos que estão mais relacionados com algumas vertentes desta pesquisa, publicados de 2007 a 2015 (KOHLS; QUADROS, 2016b). Além dos dados quantitativos, fizemos a desconstrução de três trabalhos (DORNELES, 2003; SIMÃO, 2012; JACKS et al., 2015) para aprofundamento metodológico e para identificar o que já foi produzido sobre as temáticas para traçar possíveis caminhos metodológicos.

Ao efetuarmos a pesquisa da pesquisa “observando o sentido deste movimento, vemos que oferece elementos teóricos, metodológicos, contextuais e empíricos para a elaboração da problemática” (BONIN, 2011, p. 36). Além de contribuir para a continuação da construção teórico-metodológica, essa etapa auxiliou na escolha do segundo grupo de jovens a ser pesquisado: os jovens em conflito com a lei. Esse grupo foi definido por se alinhar com a proposta de trabalhar com outro grupo de jovens inserido em um contexto diferente e com a inquietação de pesquisar o consumo midiático de jovens em um cenário ainda pouco explorado, conforme mostra a pesquisa da pesquisa⁷.

Depois da etapa exploratória e pesquisa do que já havia sido discutido sobre a temática, iniciamos a pesquisa de campo abertas para deixar “o campo falar” e ouvir “o campo falar” – sem uma receita pronta para aplicação dos procedimentos metodológicos. Nesse sentido, concordamos com Alberto Efendy Maldonado (2016), que, ao abordar as transformações epistemológicas na recepção, aponta que é necessária uma “ruptura com receitas prontas. [...] Precisamos sentir o mundo”. (MALDONADO, 2016, informação verbal)⁸.

Desta maneira, percebemos a importância da utilização de uma perspectiva multimetodológica, que sofreu adaptações de acordo com o andamento da pesquisa, para discutir a complexidade das mediações imbricadas no consumo midiático

eventos acadêmicos (Compós e Comunicon). A escolha dos locais de busca está relacionada a um alcance maior de resultados e propostas de pesquisa da dissertação.

⁷ Encontramos apenas uma dissertação que tem como objeto de estudo jovens em conflito com a lei (SIMÃO, 2012) e um artigo que discute o processo de mediação do campo religioso (BORELLI, 2010). Identificamos que os jovens universitários são os mais pesquisados, aparecendo em 12 trabalhos (KOHLS; QUADROS, 2016b).

⁸ MALDONADO, Alberto Efendy. **III Jornada Gaúcha de Pesquisadores da Recepção:** transformações epistemológicas na recepção. São Leopoldo (RS), 2016. Informação verbal durante conferência no evento na Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

desses jovens e para responder ao próprio problema de pesquisa. “Com a perspectiva multi, o aprofundamento da entrada em uma realidade complexa é consequência muito mais do emprego de uma combinação de técnicas que são edificadas tendo como norte a pesquisa em todas as suas instâncias” (SCHMITZ, 2008, p. 98).

A proposta inicial deste trabalho era aplicar um grupo focal em cada grupo de jovens e utilizar a técnica de observação participante (PERUZZO, 2014) para complementar e certificar as respostas dos jovens durante as outras etapas da pesquisa. Porém, não obtivemos autorização para aplicar a técnica de observação participante na Casa de Semiliberdade de Curitiba. O primeiro contato com a direção da instituição foi feito em dezembro de 2015. Para realização da pesquisa, foi necessário envio de documentação conforme a portaria 04/2015, do Departamento de Atendimento Socioeducativo da Secretaria de Estado da Justiça, Cidadania e Direitos Humanos do Paraná, que regulamenta os procedimentos de solicitação para a realização de pesquisa nos Centros de Socioeducação e Casas de Semiliberdade da Secretaria. O envio foi feito em janeiro de 2016 e a autorização para realização desta pesquisa de mestrado foi liberada em abril de 2016, conforme requerimento e termo de compromisso de pesquisa (ANEXO 1).

Como a observação participante poderia trazer informações qualitativas relevantes para esta pesquisa, optamos em usá-la de maneira sistemática com contatos pontuais e iniciais para verificar aspectos midiáticos presentes na rotina dos jovens evangélicos. As visitas aos encontros dos jovens foram feitas semanalmente durante dois meses, de maio a junho de 2016. Com esse mesmo público, conseguimos ainda inserção no grupo do WhatsApp. Por outro lado, ao aplicar os dois grupos focais com os jovens em conflito, conseguimos também uma observação breve do ambiente em que assistem televisão, conforme descrição dos contatos iniciais com os dois grupos pesquisados nos parágrafos seguintes.

Uma estante de cor marrom escura com algumas prateleiras abrigava um único objeto na sala conjugada com a cozinha: a televisão. Era tarde de terça-feira, por volta de 15h30 do dia 31 de maio de 2016. Um jovem estava sentado no sofá com as pernas esticadas e apoiadas num cabo de vassoura que ficava entre o sofá e a estante. Enquanto a programação da Rede Globo passava os comerciais, o jovem conversava com outro que estava em pé ao lado do sofá. E alguns circulavam entre a sala e os quartos. Foi esse o breve contato que tivemos para observação

dos jovens em uma das habitações da Casa de Semiliberdade de Curitiba. A situação observada relaciona-se com a descrição que seis jovens em conflito com a lei haviam feito minutos antes durante aplicação de grupo focal, quando comentaram que a televisão fica ligada enquanto fazem outras atividades, mas que se passa algo que os interessa para assistir.

Já o primeiro contato com o ambiente em que se reúnem semanalmente os jovens evangélicos pesquisados ocorreu no dia 5 de maio de 2016, uma quinta-feira à noite, às 19h45. Nesse grupo, o tempo de observação se estendeu até 22h – até o término do encontro, que acontece no apartamento de um casal de jovens evangélicos. Durante toda a discussão, que ocorre na sala da casa, com a televisão desligada, os jovens mantiveram o celular sobre a mesa e acompanharam a leitura bíblica por meio do dispositivo móvel. Naquela noite, o tema do encontro era família. “A família é a coisa mais importante” foi uma frase proferida pelo líder do grupo que guiou a discussão. “É de Deus”, “não é de Deus” e “desviado” foram expressões que apareceram nos discursos dos jovens. Assim que terminou a discussão da reunião, os jovens mexeram no celular. Uma jovem de 23 anos verificou as redes sociais WhatsApp, Facebook e YouTube.

As descrições dos ambientes dos dois grupos de jovens foram utilizadas para explicar parte do percurso metodológico e como foram os contatos iniciais com os sujeitos pesquisados. Porém, como houve restrições de pesquisa, a observação não será usada na análise comparativa dos grupos. Mesmo com restrição de pesquisa, as observações – ainda que mais vezes no grupo de jovens evangélicos – foram importantes no processo de escolhas metodológicas. Concordamos com Cássio Hissa (2013) quando explica que “não há uma linha reta que une dois pontos: o problema e o resultado da pesquisa. As metodologias criativas são as que sonham, a partir dos sonhos do sujeito” (HISSA, 2013, p. 123). E as inquietações que também partem de sonhos foram parte da motivação dos contatos e decisões ao longo da pesquisa.

O percurso metodológico desta pesquisa de dissertação também se relaciona ao que José Luiz Braga (2011) defende num processo de construção de uma pesquisa: “o processo metodológico básico não é o de definir uma regra de encaminhamento e depois segui-la estritamente; mas sim o de rever cada passo dado e refletir sobre a justeza de seu direcionamento, corrigindo-o no próprio andamento da pesquisa. Planejar é replanejar” (BRAGA, 2011, p. 10). Esse

processo de pesquisa empírica ainda se alinha com a explicação que Luiz Claudio Martino (2010) faz do termo empirismo, que “designa o conhecimento que se guia pela experiência, e seu sentido irá depender do que entendemos por este último termo. [...] O termo experiência aqui se refere, então, ao conhecimento que vem da prática” (MARTINO, 2010, p. 140). O conhecimento nesta pesquisa vem da prática alinhada à teoria durante todo o trajeto percorrido.

As técnicas para as próximas etapas da pesquisa foram definidas observando a necessidade de adotar uma perspectiva multimetodológica (SCHMITZ, 2008) para alcançar mais informações e dados sobre os sujeitos pesquisados. Jiani Bonin (2016) também defende a utilização de “metodologias combinadas, atravessadas, inventadas, reflexivas, com bases epistemológicas” (BONIN, 2016, informação verbal)⁹. Os resultados foram analisados de maneira complementar e comparativos entre as técnicas e os grupos.

Para compreender como se dá o consumo midiático dos dois grupos de jovens e conhecer as mediações na rotina desses jovens a partir de uma observação mais abrangente de percepções, escolhemos adotar a aplicação de grupos focais (COSTA, 2014) como primeira técnica de pesquisa. Maria Eugênia Belczak Costa (2014, p. 181) explica que grupos focais “são um tipo de pesquisa qualitativa que tem como objetivo perceber os aspectos valorativos e normativos que são referência de um grupo em particular. [...] A maior busca é a de compreender e não inferir nem generalizar”. Os grupos focais aplicados permitiram a reflexão sobre o essencial do consumo midiático e motivações que regem a percepção desses jovens (COSTA, 2014).

Antes de definir o grupo focal como técnica de pesquisa, procuramos entender as diferenças entre grupo focal e grupo de discussão, que também têm importantes semelhanças. “Ambos os tipos mostram a mesma aparência formal e geralmente têm a mesma finalidade: produzir e registrar o discurso do grupo recorde”¹⁰ (GUTIÉRREZ, 2011, p. 108, tradução nossa). O discurso dos grupos dos jovens em conflito com a lei e dos evangélicos foi importante tanto para responder

⁹ BONIN, Jiani. **III Jornada Gaúcha de Pesquisadores da Recepção**: transformações epistemológicas na recepção. São Leopoldo (RS), 2016. Informação verbal durante conferência no evento na Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

¹⁰ “Ambos tipos muestran una misma apariencia formal y sirven en general para lo mismo: producir y registrar discurso grupal” (GUTIÉRREZ, 2011, p. 108).

aos objetivos e problema desta pesquisa quanto para aprofundamento e cruzamento de dados para as próximas etapas.

As diferenças entre grupo focal e grupo de discussão observadas por Jesús Gutiérrez (2011) auxiliaram na escolha do grupo focal como técnica para esta pesquisa de dissertação. “O grupo de discussão é *respuesta* produto dos estímulos que geram respostas do grupo. O grupo focal é um *estímulo* para a obtenção de uma resposta do grupo”¹¹ (GUTIÉRREZ, 2011, p. 116, grifos do autor, tradução nossa). As oito perguntas sobre o contato com a mídia no dia a dia, como se informam, as motivações para consumir os meios e a produção e circulação de conteúdos buscou uma resposta de dois grupos inseridos em contextos distintos.

Além disso, o grupo de discussão tem espaços abertos para *deixar* o grupo falar e o grupo focal estabelece conteúdos para *fazer* o grupo falar (GUTIÉRREZ, 2011). Como estabelecemos conteúdos com perguntas mais específicas sobre o consumo midiático também identificamos a técnica como grupo focal ao invés de grupo de discussão.

Aplicamos quatro grupos focais, com seis participantes cada, sendo dois com jovens evangélicos e dois com jovens em conflito com a lei, como ferramenta de certificação das respostas do mesmo público e um comparativo posterior entre os grupos. Desta maneira, o universo da pesquisa é composto por 24 jovens, sendo 12 em conflito com a lei e 12 evangélicos, de 15 a 29 anos, faixa etária definida no Estatuto da Juventude para considerar pessoas jovens.

Os grupos focais foram aplicados entre maio e julho de 2016. Os jovens em conflito com a lei participaram de dois grupos focais numa sala onde são feitas atividades na Casa de Semiliberdade de Curitiba, localizada no bairro Capão da Imbuia. Uma mesa foi disposta ao centro e os participantes ficaram sentados em torno dela para que a técnica fosse aplicada. Um dos educadores da instituição observava esporadicamente o andamento do grupo focal na porta aberta da sala, mas logo se distanciava para deixar os jovens mais à vontade para responder às perguntas. Já os jovens evangélicos participaram de dois grupos focais sentados em torno de uma mesa de jantar integrada à sala de um apartamento localizado no

¹¹ “El GD (grupo de discusión) es una *respuesta* producto de los estímulos que generan las respuestas del grupo. El FG (focus group) es un *estímulo* para la obtención de una respuesta grupal” (GUTIÉRREZ, 2011, p. 116, grifos do autor).

bairro Água Verde, onde eles se reúnem semanalmente para discutir e aprofundar o tema dos cultos dominicais na igreja.

Percebemos que durante a aplicação dos grupos focais os jovens evangélicos pensavam mais sobre suas respostas antes de verbalizá-las, enquanto os jovens em conflito com a lei pareciam ter certa ansiedade para falar e não se intimidavam com o que diziam. Para a análise dos depoimentos dos jovens, decidimos utilizar uma numeração para cada jovem, de 1 a 12 em cada grupo pesquisado, preservando a identidade dos sujeitos pesquisados.

Observamos que cada um dos grupos focais teve a figura de um líder, que normalmente era o primeiro a responder às perguntas, comentava as respostas dos demais participantes ou confirmava o que os outros diziam. Por isso, percebemos que as entrevistas em profundidade (DUARTE, 2014), que sucederam essa etapa da pesquisa, deixaram os jovens mais à vontade para falar sobre as questões propostas e contar detalhes sobre o consumo midiático.

Ainda como complemento e aprofundamento dos dados obtidos durante a aplicação dos grupos focais, as entrevistas em profundidade foram feitas com seis jovens, sendo três em conflito com a lei e três evangélicos. A seleção para participar das entrevistas em profundidade foi feita de forma intencional para aprofundar o consumo midiático de jovens com diferentes perfis e percepções. “A seleção é intencional quando o pesquisador faz a seleção por juízo particular, como conhecimento do tema ou representatividade subjetiva” (DUARTE, 2014).

O primeiro critério para escolha dos participantes das entrevistas em profundidade foi a idade dos jovens. Como nos grupos focais trabalhamos com um público de uma faixa etária mais distante entre si, de 15 a 29 anos, pensando na possibilidade de haver alguma diferença de consumo midiático por conta da idade, optamos em fazer as entrevistas com jovens num recorte de faixa etária mais aproximada, de 18 a 23 anos. A partir disso, o número de entrevistados ficou reduzido. Mas como ainda havia mais de três jovens nessa faixa etária em ambos os grupos, o segundo critério para definição dos jovens entrevistados foi a participação durante os grupos focais. Buscamos selecionar jovens com particularidades quanto ao consumo midiático, como a motivação para usar determinada mídia ou não, e de perfis distintos, como de classes sociais, escolaridade, morar com os pais ou não.

As entrevistas em profundidade foram feitas entre setembro e novembro de 2016. Duas delas, com jovens em conflito com a lei, aconteceram numa sala

administrativa da Casa de Semiliberdade de Curitiba e outra num banco embaixo de uma árvore que fica ao lado da quadra de esportes aberta da instituição. As entrevistas foram feitas individualmente, não houve presença e nem observação esporádica de algum funcionário da instituição – houve apenas uma observação mais distanciada, como no caso da entrevista num banco ao lado da quadra de esportes, e no início das entrevistas.

Os jovens evangélicos também foram entrevistados individualmente, sem a presença de algum membro da família ou representante da igreja. Os locais foram escolhidos pelos próprios jovens entrevistados. A primeira entrevista foi feita numa mesa do lado de fora de uma sorveteria, localizada próxima ao local de trabalho do jovem, no Centro de Curitiba. A segunda jovem escolheu uma sala na casa que era da avó, que fica ao lado da residência dela, no bairro Água Verde. E a terceira jovem marcou a entrevista em uma das salas da igreja, a Comunidade Alcance de Curitiba, também localizada no bairro Água Verde.

Escolhemos trabalhar com entrevistas em profundidade semi-abertas, que entre as suas principais qualidades têm “a flexibilidade de permitir ao informante definir os termos da resposta e ao entrevistador ajustar livremente as perguntas. Esse tipo de entrevista procura intensidade nas respostas, não-quantificação ou representação estatística” (DUARTE, 2014, p. 61). Por isso, entendemos que as entrevistas em profundidade podem ser complementares aos grupos focais.

A última etapa, mas não menos importante, foi a técnica de etnografia virtual¹² (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011), com acompanhamento e análise dos perfis no Facebook¹³ dos mesmos seis jovens que participaram das entrevistas em profundidade. A rede social digital foi escolhida por ser uma das mais citadas durante a pesquisa exploratória e também na aplicação dos grupos focais com os sujeitos pesquisados.

Criamos um perfil no Facebook especificamente para esta pesquisa para que houvesse um distanciamento dos jovens com os perfis das pesquisadoras, sem acesso a informações pessoais das mesmas, e para facilitar a coleta de dados. O

¹² A partir das discussões sobre etnografia virtual, etnografia digital, netnografia, webnografia e ciberantropologia, optamos em utilizar a terminologia etnografia virtual principalmente por considerar a internet também sob a perspectiva de artefato cultural e a consequente integração do *online* e *offline* (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011).

¹³ Em janeiro de 2017 o Facebook tinha 1,86 bilhão de usuários cadastrados – o número mostra que uma em cada quatro pessoas no mundo tem uma conta na rede social digital. Disponível em: <<https://goo.gl/jYDb30>>. Acesso em: 10 fev. 2017.

perfil fictício foi nomeado de Diana Silva com foto de perfil de uma figura de uma árvore com logomarcas de redes sociais digitais e a foto de capa com uma jovem utilizando o celular sem mostrar o rosto dela. Convidamos, pessoalmente ao final das entrevistas em profundidade, os jovens a participarem da etnografia virtual, explicando que os perfis e *posts* deles no Facebook seriam analisados preservando a identidade dos mesmos. Expusemos ainda que enviaríamos uma solicitação de amizade na rede social digital com o perfil fictício de Diana Silva, esclarecendo que o perfil foi criado especialmente para a pesquisa. Após a explanação, todos os jovens convidados para essa técnica de pesquisa responderam positivamente informando seus perfis no Facebook para que pudessem ser adicionados posteriormente.

Houve dificuldade apenas por parte dos perfis dos jovens em conflito com a lei, que demoraram para aceitar a solicitação de amizade do perfil de pesquisa, o que pode estar relacionado ao fato da restrição do uso de Internet de segunda a sexta-feira, período em que estão na Casa de Semiliberdade, e ao receio da exposição de informações. Mas depois de algumas semanas – em um caso alguns meses – conseguimos a aceitação de todos os perfis pesquisados, tanto dos jovens em conflito com a lei quanto dos jovens evangélicos.

A proposta inicial era de analisar as *postagens* de cada um dos perfis durante um mês. Mas ao começar a etnografia virtual percebemos que havia poucas *postagens* nos perfis dos jovens em conflito com a lei. Para verificar se o baixo número de publicações se mantém em outros meses nos perfis dos jovens em conflito com a lei e para ter uma abrangência temporal maior na análise do que é *postado* por ambos os grupos, decidimos ampliar o período de um mês para quatro meses de análise dos *posts* em cada um dos seis perfis.

Optamos pela observação “silenciosa” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011) sem interagir com os usuários por meio de curtidas ou outras reações, comentários ou compartilhamentos. Nos primeiros meses de acompanhamento dos perfis no Facebook, acessávamos a rede social digital semanalmente e registrávamos categorias que apareciam comumente, bem como possibilidades de discussões posteriores na análise. Também capturamos, em *print screen*, as imagens dos *posts* do primeiro mês observado para verificar se houve alguma alteração posterior em relação aos conteúdos já publicados nos perfis. Como havia possibilidades de interações ainda durante a etnografia virtual de setembro a dezembro de 2016, apenas após o período, em janeiro de 2017, tabulamos

detalhadamente cada *post* dos jovens e chegamos às categorias de análise, que foram criadas de acordo com o andamento da observação dos *posts* na rede social digital, totalizando 28 (tópico 5.2).

A técnica de etnografia virtual desta pesquisa segue a perspectiva da internet como artefato cultural, que “observa a inserção da tecnologia na vida cotidiana” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 42), considerando o contexto no qual os jovens estão inseridos. “A noção de internet como artefato cultural oportuniza o entendimento do objeto como intersticial no qual as fronteiras entre o *online* e o *offline* são fluidas e ambos interatuam” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 42). A integração dos âmbitos *online* e *offline* é considerada quando analisamos de que forma as mediações atravessam o consumo midiático e nos conteúdos publicados no Facebook com um cruzamento de dados também a partir do que foi dito durante as entrevistas em profundidade.

Esse foi o percurso metodológico que levou às posteriores discussão teórica e análise de dados. Conforme descrito, outras possibilidades de discussões poderiam surgir e enriquecer esta pesquisa com a aplicação da observação participante. Porém, no processo de construção teórico-metodológica a partir do campo há obstáculos que surgem com o próprio relacionamento com os sujeitos pesquisados e da realidade de padrões de pesquisa das universidades e dos tempos de produção (HISSA, 2013). Diante dessa realidade de produção de pesquisa, concordamos com Braga (2011) quando afirma que:

Não é preciso que as descobertas realizadas nas pesquisas empíricas se caracterizem como a vanguarda do conhecimento na área – nossas descobertas raramente o são. Trata-se mesmo de enfrentar a resistência da realidade, cercá-la com nossa problematização e ser capaz de perceber alguma coisa ali que, por mais modesta e singular, antes não era claramente percebida, agora encontra um esclarecimento produzido por nosso trabalho investigativo [...]. (BRAGA, 2011, p. 6).

O que fizemos foi ir e voltar, descobrir e refletir, adaptar e continuar. Concordamos com Martino (2010, p. 157), quando aponta que “(...) nenhum fenômeno pode ser apreendido de forma completa, nenhuma abordagem pode esgotá-lo”. Desta forma, não pretendemos generalizar os dados alcançados, mas interpretar os resultados no cruzamento e complementariedade das técnicas adotadas. Antes de continuar as discussões, traçamos a seguir um breve perfil dos jovens pesquisados e o contexto no qual estão inseridos.

2.1 CONTEXTO E PERFIS DOS JOVENS PESQUISADOS

Capital do Paraná, Curitiba, onde foi realizada esta pesquisa de dissertação, integra os 399 municípios do estado que ao todo tem uma população estimada em cerca de 11,2 milhões de habitantes (IBGE, 2010). Desses, 1,8 milhão moram na capital paranaense que em março de 2017 completou 324 anos de fundação. A população jovem da cidade, de 15 a 29 anos, é de cerca de 463 mil – no estado, o total de jovens na mesma faixa etária é de 2,7 milhões, o que representa 23% da população total do Paraná.

Ainda de acordo com dados do IBGE, o rendimento nominal mensal domiciliar *per capita* da população residente no Paraná em 2015 era de R\$ 1.241 – o salário médio mensal em Curitiba em 2014 era de 4,1 salários mínimos.

2.1.1 A Casa de Semiliberdade de Curitiba e os jovens em conflito com a lei

A Casa de Semiliberdade de Curitiba é uma das oito casas de semiliberdade do Paraná, onde a Secretaria de Estado da Justiça, Cidadania e Direitos Humanos (SEJU) é responsável pelo Sistema de Atendimento Socioeducativo do Estado, por intermédio do Departamento de Atendimento Socioeducativo (Dease).

Segundo dados do Relatório de Ações do Dease 2015, da Secretaria da Justiça, Cidadania e Direitos Humanos do Paraná, o estado conta com 18 centros de socioeducação (Cense) e oito casas de semiliberdade, totalizando 1.032 vagas, entre regimes de internação, internação provisória e semiliberdade. Em Curitiba, funcionam dois centros de socioeducação e duas casas de semiliberdade, uma feminina e outra masculina, objeto desta pesquisa de dissertação.

Ainda de acordo com o relatório, foram realizados 5.436 atendimentos em 2015, entre abrigo provisório (704), internação (1.766), internação provisória (2.114), internação sanção (regressão – 86) e semiliberdade (766). O relatório ainda traça o perfil dos adolescentes (ou jovens) em cumprimento de medida socioeducativa de privação e restrição de liberdade: 93,9% são homens e 6,09% são mulheres, e têm de 14 a 20 anos. A maioria se declara parda (46,9%), seguida de branca (37,8%) e negra (12%).

Os atos infracionais com maior incidência são roubo¹⁴ (23%), tráfico de drogas (16%) e roubo agravado (14,6%). A maioria tem renda familiar de um a dois salários mínimos (52,8%) e de dois a três salários mínimos (19,5%) – 8% têm renda familiar com menos de um salário mínimo; 6,3% de três a quatro salários mínimos; 5,4% não têm renda; 1,6% têm renda familiar de quatro a cinco salários mínimos; e 1,1% mais de cinco salários mínimos. 4,4% dos adolescentes ou jovens em conflito com a lei têm filhos¹⁵.

Desse universo, 18 meninos convivem simultaneamente na Casa de Semiliberdade de Curitiba – capacidade máxima da instituição –, que funciona há 12 anos. Os jovens vivem no espaço que é dividido para moradia em duas casas, nove em cada uma, de segunda a sexta-feira – aos fins de semana, eles podem sair da instituição e ir para suas residências. A permanência média dos jovens na instituição é de seis meses a um ano.

A assistente social e diretora da Casa de Semiliberdade de Curitiba, Glaucia Rennó Cordeiro, explica que “o objetivo da semiliberdade é eles [os meninos] estarem aqui [na instituição] para fazer as atividades, frequentar a escola, ter uma orientação e retomar o convívio familiar” (CORDEIRO, 2016, informação verbal)¹⁶. As atividades variam para cada jovem ou adolescente e também acontecem fora da instituição. Há um cronograma com horários específicos – os meninos acordam por volta de 7h e vão dormir às 23h.

Entre as atividades estão treinamento funcional, futebol de salão, natação, informática, reforço escolar, oficina de violão, cursos profissionalizantes, cursos de qualificação (a casa já recebeu cursos de panificação e manutenção de computadores), karatê, contação de histórias, visitas de grupos religiosos para conversas com aqueles que têm interesse, entre outras. Alguns meninos ainda frequentam o Centro de Atenção Psicossocial (CAPS):

¹⁴ A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 2009, do IBGE, mostra que 6,4% das pessoas foram vítimas de tentativa de roubo ou furto no Paraná, e 7,4% foram vítimas de roubo ou furto no estado.

¹⁵ Entre os participantes desta pesquisa de dissertação, um jovem, de 17 anos, é pai de uma menina de quatro meses; outro, de 19 anos, tem uma enteada, de oito anos, e a esposa está grávida de dois meses; e outro, de 17 anos, tem esposa grávida de três meses.

¹⁶ CORDEIRO, Glaucia Rennó. **Entrevista concedida pela diretora da Casa de Semiliberdade de Curitiba**. Curitiba, 31 mai. 2016.

porque a drogadição é uma coisa muito eminente aqui dentro. Todos eles têm essa vivência lá fora e eles lutam contra isso dentro do dia a dia. É óbvio que aqui não pode nada, é coibido tudo, é feito revista. Mas a gente não sabe o que acontece fim de semana, no horário que estão na escola... [...] Então a gente busca esses tratamentos de apoio para essas questões. (CORDEIRO, 2016, informação verbal)¹⁷.

Maconha (29%), tabaco (18%), álcool (17%) e cocaína (13%) são as drogas mais utilizadas pelos adolescentes e jovens em conflito com a lei no Paraná, de acordo com o Relatório de Ações do Dease 2015. Assim como mostra o perfil dos adolescentes e jovens em conflito com a lei do Paraná, a maior incidência de atos infracionais dos meninos que ficam na Casa de Semiliberdade de Curitiba também é de roubo e tráfico de drogas.

A estrutura de profissionais que atua na instituição é composta por um psicólogo, um assistente social, um pedagogo, 20 educadores sociais¹⁸ e dois cargos administrativos. Além disso, há uma nutricionista no Dease e a Divisão de Saúde – outra nutricionista atua pela empresa terceirizada contratada pelo Estado, responsável pela alimentação na casa. Uma parceria com a Universidade Positivo ainda traz psicólogos que fazem trabalhos em grupos na Casa de Semiliberdade, além de encaminhamento para atendimento psicoterápico individual.

No período em que estão na casa, os jovens têm algumas restrições quanto ao consumo midiático. Eles têm acesso à televisão aberta e ao rádio, mas não podem usar aparelhos celulares durante a permanência no local. A internet também só pode ser acessada quando é feita alguma atividade supervisionada – há estrutura de um laboratório de informática.

Os jovens em conflito com a lei que participaram desta pesquisa de dissertação têm de 15 a 19 anos e são de classes sociais variadas.

Hoje a gente tem meninos que não têm família, que não têm ninguém; a gente tem meninos que têm um acompanhamento familiar, que têm uma condição econômica precária – mas a gente tem de tudo aqui –; e tem

¹⁷ CORDEIRO, Glaucia Rennó. **Entrevista concedida pela diretora da Casa de Semiliberdade de Curitiba**. Curitiba, 31 mai. 2016.

¹⁸ A Resolução 10889 prevê como função dos educadores sociais “promover a proteção e defesa dos direitos e deveres dos adolescentes a que se atribua a autoria de ato infracional, identificando e atendendo suas necessidades e demandas, mediante intervenção direta, garantindo e executando a segurança preventiva e interventiva”. Disponível em: <<https://goo.gl/vcWUX8>>. Acesso em: 17 mai. 2017.

aqueles que têm uma família com uma condição melhor. (CORDEIRO, 2016, informação verbal)¹⁹.

Além disso, a maioria dos pesquisados é estudante do ensino fundamental – um estuda no ensino médio e apenas dois concluíram o ensino médio. Quanto à naturalidade, a maioria é de Curitiba, um é de Cascavel (PR) e outro de Presidente Epitácio (SP).

2.1.2 A Comunidade Alcance de Curitiba e os jovens evangélicos

Os evangélicos foram o segmento religioso que mais cresceu no Brasil conforme mostra o Censo Demográfico 2010²⁰, do IBGE, em relação ao Censo 2000. A população evangélica no Brasil passou de 15,4% em 2000 para 22,2% em 2010, um aumento de cerca de 16 milhões de pessoas (de 26,2 milhões para 42,3 milhões). Dos que se declararam evangélicos no Censo 2010, 60% afirmaram ser de origem pentecostal, 18,5%, evangélicos de missão e 21,8%, evangélicos não determinados. O catolicismo é majoritário no país, mas seguiu a tendência de redução conforme apontavam resultados dos Censos das duas décadas anteriores.

No Paraná, os dados do Censo 2010 se assemelham aos nacionais. A maioria dos paranaenses se declarou da religião católica apostólica romana (7.268.935), seguida da evangélica (2.316.213). Dos 2,3 milhões de evangélicos, 1.399.764 são da religião evangélica de origem pentecostal – os jovens evangélicos que fazem parte desta pesquisa de dissertação também são de uma igreja de linha pentecostal, a Comunidade Alcance de Curitiba. Há diferenças entre as doutrinas das próprias igrejas evangélicas, conforme explica a jornalista e líder junto ao marido, Thiago Faria Lorusso, de uma das células (grupos que se reúnem semanalmente para discutir o tema dos cultos de domingo) jovens da Comunidade Alcance, Débora Bressan Mühlbeier Lorusso:

A nossa igreja [Comunidade Alcance] é uma igreja evangélica protestante e a gente se baseia na bíblia. Tudo que está na bíblia nós acreditamos. O que passa disso, não faz parte da nossa crença. [...] Se for para colocar numa base de comparação nas classificações de igreja, a nossa igreja é uma comunidade. [...] A gente chama de comunidade porque ela é independente.

¹⁹ CORDEIRO, Glaucia Rennó. **Entrevista concedida pela diretora da Casa de Semiliberdade de Curitiba**. Curitiba, 31 mai. 2016.

²⁰ Disponível em: <<https://goo.gl/qgTI4A>>. Acesso em: 4 fev. 2017.

[...] Não é uma denominação como as tradicionais que tem um monte [muitas], isso é característica de comunidade. (LORUSSO, 2016, informação verbal)²¹.

A Comunidade Alcance surgiu na cidade de Irati (PR) e hoje atua em diferentes cidades brasileiras. A Comunidade Alcance de Curitiba tem 10 anos de atuação e cerca de 2,5 mil membros, que participam de células. A igreja atua com um modelo celular de multiplicação – além dos encontros nos cultos na igreja, os membros se reúnem semanalmente para discutir o tema dos cultos dominicais, contar experiências, fazer perguntas. Há células dentro de casas, de universidades e de empresas, distribuídas por grupos que podem ser pré-adolescentes, adolescentes, jovens, casais, só para mulheres, só para homens. Não há pré-requisitos para participar das células.

O modelo celular é um modelo antigo já. Antes era chamado de culto nas casas, culto familiar, tinha outros nomes. Mas sistematizaram como modelo celular por causa da palavra célula remeter à multiplicação. A célula cresce se multiplicando. [...] O objetivo da célula é ser uma extensão da igreja dentro das casas, baseado no livro de Atos [bíblia], que em Atos fala que os discípulos, os apóstolos iam de casa em casa, no templo, e de casa em casa orando, dividindo pão e compartilhando a palavra. Então é baseado no modelo da igreja primitiva que a gente chama, a primeira igreja que existiu escrita em Atos. (LORUSSO, 2016, informação verbal)²².

Há outras atividades direcionadas para jovens na Comunidade Alcance, como o culto de sábado, eventos em que se reúnem para passar um tempo juntos, trabalhos sociais, retiro de jovens, congressos, entre outros. “A gente acredita que parte do evangelho é relacionamento, porque o tempo todo na bíblia a gente vê isso. Jesus fez isso, Ele falava pra multidões, mas Ele caminhava de perto com um grupo de 12. [...] São pessoas caminhando juntas, vivendo juntas” (LORUSSO, 2016, informação verbal)²³.

O relacionamento também se estende por meio das redes sociais digitais com o uso de grupos de WhatsApp nas células, por exemplo. “Nas células,

²¹ LORUSSO, Débora Bressan Mühlbeier. **Entrevista concedida pela líder de uma das células jovens da Comunidade Alcance de Curitiba**. Curitiba, 24 mai. 2016.

²² LORUSSO, Débora Bressan Mühlbeier. **Entrevista concedida pela líder de uma das células jovens da Comunidade Alcance de Curitiba**. Curitiba, 24 mai. 2016.

²³ LORUSSO, Débora Bressan Mühlbeier. **Entrevista concedida pela líder de uma das células jovens da Comunidade Alcance de Curitiba**. Curitiba, 24 mai. 2016.

normalmente você faz grupo de WhatsApp pela comodidade de poder passar os recados. É natural, mas não é uma ordem. [...] A gente começou a usar por amizade, pra poder compartilhar as coisas por ali” (LORUSSO, 2016, informação verbal)²⁴. A igreja como instituição também utiliza perfis nas redes sociais digitais, como no Facebook, Instagram e Twitter.

O grupo que participa desta pesquisa de dissertação faz parte de uma célula jovem em Curitiba que tem dois anos de atuação e cerca de 20 integrantes. Eles têm de 19 a 29 anos e a maioria é evangélico(a) desde criança. Os jovens evangélicos são de classes sociais variadas: “tem desde quem está desempregado até quem já vem de uma vida melhor” (LORUSSO, 2016, informação verbal)²⁵. A maioria tem graduação, em áreas como Pedagogia, Letras, Ciências Aeronáuticas, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Engenharia Mecânica – o jovem formado em Engenharia Mecânica também tem mestrado. Quatro jovens são estudantes, um do ensino médio, uma de Design, uma de Engenharia Civil e outra de Musicoterapia; e três jovens estão desempregados. A maioria também é de Curitiba; dois são cariocas, uma é de Irati (PR) e outra de Medianeira (PR).

É a partir da inserção nesses contextos que partimos para as discussões teóricas nos próximos capítulos e a posterior análise dos dados.

²⁴ LORUSSO, Débora Bressan Mühlbeier. **Entrevista concedida pela líder de uma das células jovens da Comunidade Alcance de Curitiba**. Curitiba, 24 mai. 2016.

²⁵ LORUSSO, Débora Bressan Mühlbeier. **Entrevista concedida pela líder de uma das células jovens da Comunidade Alcance de Curitiba**. Curitiba, 24 mai. 2016.

3 “PRA SE COMUNICAR, SABE?”: A COMUNICAÇÃO MEDIADA NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA A PARTIR DE CONEXÕES JUVENIS

“Você sai daqui [Casa de Semiliberdade de Curitiba] e a primeira coisa você vai ver teu celular já quando chega em casa”.
Jovem em conflito com a lei, 17 anos (2016)

A expressão que titula este capítulo aliada à “tipo, pra estar em contato com as pessoas” foram depoimentos comuns que apareceram na aplicação dos grupos focais com jovens evangélicos e jovens em conflito com a lei quando questionados sobre a motivação de estar nas redes sociais digitais e de consumir produtos midiáticos. As respostas remetem à mediação da socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a), que será detalhada mais adiante (no tópico 3.1.1), mas ao mesmo tempo nos faz refletir sobre a comunicação mediada (GIRARDI JR., 2007; THOMPSON, 2013) a partir de implicações tecnológicas, de globalização, de identidades e de contextos socioculturais distintos.

Nesse sentido, antes de discutir as mediações imbricadas nas rotinas juvenis, consideramos pertinentes algumas reflexões acerca da comunicação nas práticas sociais. Começamos pela busca da origem do termo comunicação e suas aplicações ao longo da história.

A palavra *communication* está na língua inglesa desde o século 15 com significado remetendo à partilha, sendo que com o desenvolvimento de outros meios de transmitir informação passou a referir-se à mídia no século 20 (WILLIAMS, 2007). “Sua p.i.²⁶ é *communication*, do francês antigo, do latim *communicationem*, substantivo de ação da raiz do particípio passado do latim *communicare*, da p.r.²⁷ *communis* (comum): daí *comunicar* (tornar comum a muitos, partilhar)” (WILLIAMS, 2007, p. 102, grifos do autor).

Podemos também pensar a comunicação como inerente ao ser humano e fundamental nas constituições sociais. Ao questionar o êxito da comunicação ainda no fim do século passado, Dominique Wolton (1999) aponta as técnicas como libertadoras de condicionantes ancestrais do homem, como ver e falar, estabelecendo intercâmbios em todo o planeta e permanentemente. “Mas, antes de

²⁶ De acordo com Williams (2007, p. 49), “precursora(s) imediata(s) de uma palavra, no mesmo idioma ou em outro”.

²⁷ De acordo com Williams (2007, p. 49), “última(s) palavra(s) rastreável (rastreáveis), da(s) qual (quais) se derivam os significados de raiz”.

mais, porque essas técnicas amplificam a comunicação, necessidade antropológica fundamental e, principalmente, símbolo da modernidade” (WOLTON, 1999, p. 24).

É por meio do êxito da comunicação a que se refere Wolton (1999) e do significado da raiz do termo relacionado a partilhar – e sem o outro não há partilha – contextualizado por Williams (2007) que refletimos sobre a comunicação mediada como parte do processo de produção social do mundo moderno (GIRARDI JR., 2007). “Trata-se de pensar [...] como as trocas simbólicas objetivadas – mediadas ou não por tecnologias de comunicação e integradas ao nosso cotidiano – demarcam, representam, traduzem e orientam todas as nossas práticas sociais” (GIRARDI JR., 2007, p. 66).

A partir da proposta do autor sobre a comunicação mediada, podemos relacionar as formas de comunicação dos jovens no estudo por meio de celulares, computadores ou presenciais intermediadas pela mídia, considerando o contexto no qual estão inseridos.

[...] é também importante enfatizar que a comunicação mediada é sempre um fenômeno social contextualizado: é sempre implantada em contextos sociais que se estruturam de diversas maneiras e que, por sua vez, produzem impacto na comunicação que ocorre. (THOMPSON, 2013, p. 36).

Nesse contexto, como relacionam vários autores (CANCLINI, 2015; HALL, 2006; MATTELART, 2002; MARTÍN-BARBERO, 2004; MORIN, 2003; SOUSA SANTOS, 2002), é preciso considerar os impactos ou efeitos da globalização. Ela se intensificou partir da década de 1990 – nos próprios processos comunicativos, numa reconfiguração das identidades a partir do relacionamento interpelado pelo que é local e global.

Os sistemas de comunicação em tempo real determinam a estrutura de organização do planeta. [...] Ampliando progressivamente o campo de circulação de pessoas, como também de bens materiais e simbólicos, os instrumentos de comunicação têm acelerado a incorporação das sociedades particulares em grupos cada vez maiores, redefinindo continuamente as fronteiras físicas, intelectuais e globais. (MATTELART, 2002, p. 11).

Quando descreve a globalização e seus efeitos sociais, Edgar Morin (2003, p. 350) afirma que “uma sociedade dispõe de um território que comporta um sistema de comunicações. O planeta é um território dotado de uma textura de comunicações

(aviões, telefone, fax, Internet) de que uma sociedade jamais pôde dispor no passado”.

A expansão da tecnologia relacionada à comunicação trouxe consequências indeterminadas na vida em sociedade e, ao mesmo tempo, irreversíveis nas mais diversas relações sociais (JOSGRILBERG, 2012). Nesse sentido, a Internet apresenta uma arquitetura descentralizada, multiplicação de fontes de emissão, disponibilização ininterrupta de dados, sons e imagens, utilização simultânea e interações singulares, o que também tem permitido experiências de produção e difusão com sentido contra-hegemônico, sendo uma defesa para a liberdade de expressão e os direitos da cidadania (MORAES, 2007).

Ao trazer a discussão para a Internet, podemos observar novas formas de sensibilidade, novas formas de estar juntos e os usos sociais dos meios (MARTÍN-BARBERO, 2004), o que também pode ser visto numa reformulação dos padrões de convivência urbanos e consequente redefinição do senso de pertencimento e identidade, por exemplo, em comunidades transnacionais e desterritorializadas (CANCLINI, 2015). É o que Castells (2003) aponta que alguns chamam de privatização da sociabilidade, que é a construção de laços eletivos entre pessoas buscados na Internet: “esta formação de redes pessoais é o que a Internet permite desenvolver mais fortemente” (CASTELLS, 2003, p. 274).

É então que aparece também a discussão sobre a realidade transposta para a Internet ou a virtualidade cercando as práticas cotidianas. “O que a Internet faz é processar a virtualidade e transformá-la em nossa realidade, constituindo a sociedade em rede, que é a sociedade em que vivemos” (CASTELLS, 2003, p. 287). Para manter e desenvolver uma coletividade, Lévy (2001) sugere melhorar a qualidade das relações com o interior e com outras coletividades: “o poder e a identidade de um grupo dependem mais da qualidade e da intensidade de sua conexão consigo próprio que de sua resistência em se comunicar com seu entorno” (LÉVY, 2001, p. 28).

Ao olhar para a qualidade das relações de um grupo, remetemo-nos também à subjetividade juvenil dentro dos processos sociais e de práticas comunicativas cercadas pela tecnologia e por uma certa dependência de presença em redes sociais digitais “pra comunicar, né?”, como afirmaram os jovens pesquisados neste trabalho. Também no âmbito de pesquisa com o público jovem, Rosalía Winocur (2009, p. 135) conclui, em parte de seu trabalho, que:

[...] nunca antes uma tecnologia de comunicação tinha mostrado tal nível de dependência e interação, nem tinha tantas pontes cognitivas, afetivas e lúdicas, nem gerado tanta necessidade de ser comunicados, localizados e disponíveis *uns* com os *outros*. (grifos da autora, tradução nossa)²⁸.

Muito além de pensar em faixas etárias – que não são descartadas mas também não são o eixo da reflexão, como apontado anteriormente –, concordamos com Margulis (2001, p. 42, tradução nossa) quando afirma que “‘juventude’ refere-se à identidade social das pessoas envolvidas. Identifica, e uma vez que cada identidade é relacional, refere-se a sistemas de relações”²⁹.

A partir da comunicação atravessada no cotidiano da juventude com trocas em ambientes distintos – seja com ou sem a mediação da tecnologia, mas principalmente com as implicações dessa – passa a ser construído o contexto social. “Comunicando-se os jovens fazem sociedade, mas igualmente, na ausência da comunicação ou no reconhecimento de sua impossibilidade, entram em conflito e em enfrentamento” (BORELLI; ROCHA; OLIVEIRA, 2009, p. 15).

Pensando nesse sentido da sociedade feita pelos jovens a partir da comunicação, podemos relacionar a distinção de dois períodos diferentes, feita por Verón (2005 p. 277), considerando o processo de inserção progressiva das tecnologias de comunicação na sociedade. O primeiro período “é o das sociedades *midiáticas*, isto é, as sociedades industriais em que os meios de comunicação de massa foram progressivamente instalados”, que surgiram no século 19 com o progresso da imprensa escrita, depois da radiodifusão e da televisão. “O segundo período é o das sociedades industriais *mediatizadas*. A sociedade *mediatizada* emerge à medida que as práticas institucionais de uma sociedade *midiática* se transformam em profundidade *porque há mídias*” (VERÓN, 2005, p. 277, grifos do autor).

Diante desse contexto da comunicação mediada, passamos a discutir as mediações que permeiam a rotina juvenil e sua relação com a mídia.

²⁸ “[...] nunca antes una tecnología de comunicación había evidenciado tal nivel de dependencia e interacción, ni había tendido tantos puentes cognoscitivos, afectivos y lúdicos, ni generado tanta necesidad de estar comunicados, localizables y disponibles los *unos* con los *otros*” (WINOCUR, 2009, p. 135, grifos da autora).

²⁹ “‘Juventud’ alude a la identidad social de los sujetos involucrados. Identifica, y ya que toda identidad es relacional, refiere a sistemas de relaciones” (MARGULIS, 2001, p. 42).

3.1 EM CASA, NA UNIVERSIDADE, NO TRABALHO, NA IGREJA: MEDIAÇÕES NAS ROTINAS DA JUVENTUDE

“Se eu vejo uma coisa interessante, eu falo no Whats: ‘nossa, vocês viram que aconteceu isso?’ [...] Ainda mais em grupo, daí todo mundo fala, assim. Porque hoje em dia todo mundo tem um milhão de grupos, né?”.
Jovem evangélica, 21 anos (2016)

Múltiplas mediações estão atravessadas nos processos comunicativos das rotinas juvenis em diferentes situações e instituições sociais, permeando também o consumo midiático de jovens, conforme será detalhado e analisado no capítulo 5. Everardo Rocha e Cláudia Pereira (2009) consideram a própria juventude como um lugar de transição e de mediação:

Mediação que se dá entre coisas novas e coisas velhas, antigas ideologias e projetos de vanguarda, sólidas certezas e modernas experiências, a vida que se passa na esfera da casa e da família e a vida que se passa além dela. Tanto a ideia de juventude quanto a experiência de ser jovem se traduzem, de certa forma, por um processo constante de mediação entre valores, hábitos, gostos, atitudes, estéticas e práticas sociais. (ROCHA; PEREIRA, 2009).

Esse processo constante de mediação se reflete ainda nas trocas cotidianas mediadas pela tecnologia, como pode ser visto no depoimento acima de uma jovem evangélica que relata o compartilhamento de informações nos diversos grupos de WhatsApp. Dito isso, lembramos que há diferentes e complexos usos do termo mediação, conforme descreve Williams (2007), como intervenção entre adversários com o intuito de reconciliação, um meio de transmissão, dividir ou partir ao meio (hoje obsoleto) e:

Um uso diferente de *totalidade*, na tradição marxista, enfatizou as contradições irresolúveis no que era, não obstante uma sociedade total: então, a **mediação** assumia, às vezes, o sentido de conexão indireta, já presente no inglês. Ainda é frequentemente usada em sentido desfavorável, em um contraste entre relações *reais* e **mediadas**, sendo, portanto, um dos processos essenciais não só da consciência, mas da IDEOLOGIA. Esse uso de **mediação** harmonizou-se com o uso moderno de MÍDIA ou COMUNICAÇÃO DE MASSA, em que se considera que certas agências sociais estão deliberadamente interpostas entre a realidade e a consciência social para impedir a compreensão da realidade. (WILLIAMS, 2007, p. 273-274, grifos do autor).

Contextualizadas as aplicações do termo, seguimos para a discussão sobre mediações trazendo Jesús Martín-Barbero e Guillermo Orozco Gómez,

principalmente o primeiro, como centrais no arcabouço teórico desta pesquisa de dissertação ao nos propormos a investigar como se dá o consumo midiático de jovens a partir do contexto das mediações diante da transformação da comunicação.

3.1.1 A teoria das mediações de Jesús Martín-Barbero

Jesús Martín-Barbero nasceu em Ávila, na Espanha, em 1937, e no início da década de 1960 se transferiu para a Colômbia, país onde passou a desenvolver sua obra teórica, que se expandiu sendo discutida em pesquisas realizadas no Brasil³⁰ e por toda a América Latina desde os anos 1980 (LOPES; OROFINO, 2014). Doutor em Filosofia e Letras e pós-doutor em Antropologia e Semiologia, “a importância do seu trabalho reside na análise inovadora dos fenômenos comunicacionais e culturais a partir da América Latina e de sua modernidade tardia, fundamentalmente caracterizada como transdisciplinar” (LOPES; OROFINO, 2014, p. 364).

Importante autor da comunicação e da cultura na América Latina, Martín-Barbero aborda a teoria das mediações, sendo sua principal obra publicada em 1987, *Dos meios às mediações*, que alavancou e ainda hoje é base de discussões, por exemplo, sobre transformações culturais, da comunicação e da política.

O conceito de mediações não possui uma única definição (LOPES, 2014) conforme pode ser visto nas obras do autor. Em *Dos meios às mediações*, Martín-Barbero aponta que “o campo daquilo que denominamos *mediações* é constituído pelos dispositivos por meio dos quais a hegemonia transforma por dentro o sentido do trabalho e da vida da comunidade” (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 265, grifo do autor). Mais adiante afirma que “[...] propomos partir das *mediações*, isto é, dos lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão” (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 294, grifo do autor). Em *Ofício de cartógrafo*, obra publicada em 2004, o autor discute a reconfiguração das mediações “nas quais se constituem seus novos modos de interpelação dos sujeitos e de representação dos vínculos que unem a sociedade” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 225).

³⁰ De acordo com pesquisa sobre os estudos de recepção no Brasil, por exemplo, entre 2000 e 2009, Martín-Barbero lidera o gráfico de principais autores abarcados no referencial teórico de 18 pesquisas de um total de 44 investigações, entre teses e dissertações, que trabalham somente com jovens/adolescentes (SCHMITZ, 2014), objeto de estudo também desta dissertação.

Dessa maneira, percebemos que a definição do que seriam as mediações atravessa a complexidade das relações dos indivíduos diante de sistemas sociais e dos meios de comunicação. Percorrendo a trajetória das mediações proposta por Martín-Barbero, Maria Immacolata Vassallo de Lopes define que “a *mediação* pode ser pensada como uma espécie de estrutura incrustada nas práticas sociais e na vida cotidiana das pessoas que, ao realizar-se através dessas práticas, traduz-se em *múltiplas mediações*” (LOPES, 2014, p. 68, grifos da autora).

Valquíria Michela John (2014) aponta, porém, que não se deve confundir mediação com recepção, afirmando que, para Martín-Barbero, as mediações estão entre a Comunicação e a cultura:

Para Martín-Barbero, as mediações estão entre a Comunicação (os processos de produção, conteúdos, interesses, questões ideológicas, entre tantos outros aspectos) e a cultura, em seu sentido antropológico mais amplo, como o espaço e o conjunto das práticas que permeiam o processo da constituição dos sujeitos. (JOHN, 2014, p. 66).

Desde a publicação de sua obra seminal, em 1987, Martín-Barbero traz proposições de investigações desenhando um mapa que representasse as mediações a partir da comunicação, da cultura e da política. Três mapas foram apontados pelo autor, com modificações a partir do primeiro: o primeiro, de 1987, reflete as mediações culturais da comunicação; o segundo, de 1998, apresenta as mediações comunicativas da cultura; e o terceiro e mais recente mapa, de 2009, discute as mediações a partir de mutações culturais.

É por isso também que o conceito de mediações não tem uma definição única (LOPES, 2014) e se move de acordo com as mudanças socioculturais especialmente da América Latina, foco das investigações do autor. Porém, sem perder a centralidade de seu sentido: sinteticamente, atravessando as formas comunicativas da sociedade, conforme pode ser visto nas citações apontadas anteriormente.

FIGURA 1 – PRIMEIRO MAPA METODOLÓGICO DAS MEDIAÇÕES PROPOSTO POR JESÚS MARTÍN-BARBERO – 1987



FONTE: Lopes (2014).

O primeiro mapa metodológico propõe o enfoque epistemológico da comunicação a partir da cultura e traz no centro as mediações constitutivas, comunicação, cultura e política, que remetem a dois eixos: o diacrônico ou histórico, entre matrizes culturais e formatos industriais; e o sincrônico, entre lógicas de produção e competências da recepção (LOPES, 2014).

As proposições do autor em *Dos meios às mediações*, como o próprio título sugere, é de que “a comunicação se tornou para nós questão de *mediações* mais que de meios” (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 28, grifo do autor), incitando o olhar a partir da própria cultura. O que o autor estava levantando era “a necessidade de colocar o estudo dos próprios meios de comunicação em redes de comunicação cotidiana das pessoas, a inserção da mesma influência dos meios na vida, no sonho e no trabalho das pessoas”³¹ (MARTÍN-BARBERO, 1992, p. 24, tradução nossa).

Dessa maneira, o que o autor começou a chamar de mediações eram os espaços e as formas de comunicação que estavam entre o que as pessoas ouviam, liam ou assistiam nos meios e o que era dito nos meios (MARTÍN-BARBERO, 2000). “Mediação significava que entre estímulo e resposta há um espesso espaço de crenças, costumes, sonhos, medos, tudo o que configura a cultura cotidiana” (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 154). Isso se reflete tanto no eixo diacrônico ou histórico, quando esse espaço atravessado por mediações como a comunicação, a

³¹ Lo que estaba planteando era la necesidad de ubicar el estudio de los medios mismos en las redes de comunicación cotidiana de la gente, a la inserción de la influencia misma de los medios en el vivir, en el soñar y en el trabajar de la gente (MARTÍN-BARBERO, 1992, p. 24).

cultura e a política atua entre matrizes culturais e formatos industriais; e no eixo sincrônico, o espaço mediado pelo mesmo trinômio está nas formas comunicativas entre lógicas da produção e competências da recepção.

Em sua obra publicada em 1987, depois de contextualizar e refletir, em linhas gerais, sobre povo e massa na cultura, matrizes históricas da mediação de massa, modernidade e mediação de massa na América Latina, Martín-Barbero traz os métodos que vão dos meios às mediações, da comunicação a partir da cultura.

Martín-Barbero (2009a, p. 290) aponta que é preciso “redesenhar o mapa dos ‘conceitos básicos’ de que fala Williams” e sugere um mapa noturno, que “sirva para questionar as mesmas coisas – dominação, produção e trabalho – mas a partir do outro lado: as brechas, o consumo e o prazer. Um mapa que não sirva para a fuga, e sim para o reconhecimento da situação a partir das mediações e dos sujeitos” (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 290), incitando a investigação da comunicação/cultura a partir do popular para permitir uma compreensão dos diferentes modos de apropriação cultural e usos sociais da comunicação.

É então que o autor propõe três lugares de mediação: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural, especialmente relacionados à televisão e ao melodrama na América Latina.

A discussão sobre a cultura popular levou Martín-Barbero à noção de mediação, que teve Williams como suporte, pois seu ponto de vista permitia compreender as profundas conexões das pessoas comuns com a mídia, razão pela qual a chave inicial de seus estudos foi a cotidianidade familiar, a competência cultural e a temporalidade social, primeiras mediações exploradas por ele. (JACKS; RONSINI, 2014, p. 351).

A cotidianidade familiar é âmbito de conflitos e tensões e, ao mesmo tempo, onde as pessoas veem possibilidade de manifestar suas ânsias e frustrações (MARTÍN-BARBERO, 2009a). É a família que representa para a maioria das pessoas a situação primordial de reconhecimento – essa realidade também se insere no contexto em que vivem os jovens, quando muitas vezes buscam na própria família respostas para suas inquietações –, motivo pelo qual a televisão na América Latina ainda tem a família como unidade básica de audiência (MARTÍN-BARBERO, 2009a). A televisão muitas vezes também é espaço de entretenimento e união da família, que quando se reúne, assiste a determinados programas, como relataram jovens que participaram desta pesquisa. Mas, para o autor, não é apenas

no âmbito da recepção que a mediação de cotidianidade familiar cumpre seu papel na configuração da televisão, pois apresenta marcas no próprio discurso televisivo, como a simulação do contato e a retórica do direto.

Na simulação de contato a televisão organiza seu modo de comunicação sobre a manutenção do contato, como no tom coloquial do discurso televisivo e na retirada de um personagem do espetáculo popular, o animador ou apresentador presentes, por exemplo, em noticiários e programas. E na retórica do direto a televisão se organiza sobre o eixo da proximidade, com um discurso que familiariza tudo e que torna próximo até o que houver de mais remoto, e o eixo da magia de ver, com uma montagem funcional sustentada na base da gravação ao vivo, real ou simulada (MARTÍN-BARBERO, 2009a).

Em relação à temporalidade social, Martín-Barbero (2009a, p. 297) aponta que “enquanto em nossa sociedade o tempo produtivo, valorizado pelo capital, é o tempo que ‘transcorre’ e é medido, o outro, constituinte da cotidianidade, é um tempo repetitivo, que começa e acaba para começar, um tempo feito não de unidades contáveis, mas sim de fragmentos”. A partir disso, o autor reflete sobre a matriz cultural do tempo da televisão ser da repetição e do fragmento, e a cotidianidade do mercado ser observada quando a televisão se insere no tempo da rotina. Dessa maneira, o tempo com que a televisão organiza sua programação tem a forma da rentabilidade e do palimpsesto, um emaranhado de gêneros (MARTÍN-BARBERO, 2009a).

Já na competência cultural, Martín-Barbero defende que a televisão é a própria noção de cultura, “sua significação social, o que está sendo transformado pelo que a televisão produz e em seu modo de reprodução” (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 300). O autor exemplifica que assim como as pessoas vão ao cinema para assistir um filme policial, de ficção científica ou de aventuras, do mesmo modo a dinâmica cultural da televisão atua pelos seus gêneros. “A partir deles, ela ativa a competência cultural e a seu modo dá conta das diferenças sociais que a atravessam” (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 300). Dessa forma, os gêneros “constituem uma mediação fundamental entre as lógicas do sistema produtivo e as do sistema de consumo, entre a do formato e a dos modos de ler, dos usos” (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 301).

As primeiras mediações exploradas pelo autor refletem a ideia de ir dos meios às mediações, considerando os espaços e formas comunicativas dos eixos

diacrônico e sincrônico, quando na cotidianidade familiar há a percepção da família como situação de reconhecimento das pessoas e essa mediação também configura e organiza o discurso televisivo. Os mesmos espaços e formas comunicativas considerados nas mediações podem ser observados na temporalidade social quando Martín-Barbero reflete sobre o tempo produtivo e o tempo repetitivo na televisão; e na competência cultural, ativada a partir dos gêneros televisivos.

Após a discussão das mediações sociais e culturais em sua obra seminal, as mediações culturais da comunicação, Martín-Barbero teve algumas proposições sobre o lugar dos meios em sua teoria e passa a discutir as mediações comunicativas da cultura.

[...] o que o autor, em 1987, designa como “mapa noturno” para se referir à perspectiva das mediações se converte em um modelo teórico – a partir de *Ofício de Cartógrafo* – que inverte o olhar antes direcionado às mediações sociais e culturais dos meios de comunicação para olhar a cultura e as mediações a partir da comunicação. (RONSINI, 2010, p. 6).

Transformações do lugar da cultura e da comunicação configuram mudanças nos mapas metodológicos das mediações propostos por Martín-Barbero, conforme discutido a seguir.

3.1.1.1 Das mediações culturais da comunicação às mediações comunicativas da cultura

No prefácio à quinta edição espanhola, em 1998, de *Dos meios às mediações*, Martín-Barbero (2009a) expõe que não foram poucas as vozes que o convidaram para escrever um livro que respondesse à inversão do título (*Das mediações aos meios*) por parecer o novo rumo que a investigação na América Latina estaria necessitando.

Foi ao escrever a introdução para a quinta edição [1998] que percebi que fiz esse livro para as ciências sociais. Ou seja, a comunicação estava tomando uma tal envergadura que ia se tornar algo central no mundo e eu queria transformar os estudos de comunicação. Na América Latina tinha sido passada uma ideia demasiado técnica do que é comunicação. No livro situo o grande debate sobre a cultura popular, depois mostro como se estudou isso e, na terceira parte, falo da América Latina na história política da comunicação “popular”. (MARTÍN-BARBERO, 2009b, p. 13).

Na mesma edição do livro, o autor defende que é preciso “continuar o esforço por desentranhar a cada dia mais a complexa trama de mediações que a relação comunicação/cultura/política articula” (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 12), e inverte o olhar das mediações *culturais* da comunicação para as mediações *comunicativas* da cultura. Desenhando, assim, “um novo mapa das mediações, das novas complexidades nas relações constitutivas entre comunicação, cultura e política” (Martín-Barbero, 2009a, p. 15).

FIGURA 2 – MAPA DAS MEDIAÇÕES COMUNICATIVAS DA CULTURA – 1998



FONTE: Martín-Barbero (2009a).

No segundo mapa das mediações, que continua se movendo entre o eixo diacrônico ou de longa duração entre as matrizes culturais e formatos industriais, e o eixo sincrônico entre lógicas de produção e competências de recepção ou consumo, Martín-Barbero (2009a) explica que as relações entre matrizes culturais e lógicas de produção encontram-se mediadas por diferentes regimes de institucionalidade, enquanto as relações entre matrizes culturais e competências de recepção ou consumo estão mediadas por diversas formas de socialidade. E ainda entre as lógicas de produção e os formatos industriais medeiam as tecnicidades e entre os formatos industriais e as competências de recepção ou consumo, as ritualidades (MARTÍN-BARBERO, 2009a).

Assim, a relação das matrizes culturais com as competências de recepção e as lógicas de produção é mediada pelos movimentos de socialidade e as mudanças na institucionalidade, respectivamente (MARTÍN-BARBERO, 2009a). A socialidade “dá nome à trama de relações cotidianas que tecem os homens ao se juntar, e nas

quais se ancoram os processos primários de interpelação e constituição dos sujeitos e identidades” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 230). Estando entre matrizes culturais e competências da recepção, a mediação de socialidade é resultado dos modos e usos coletivos da comunicação, de constituição dos atores sociais e de suas relações (hegemonia/contra-hegemonia) com o poder (MARTÍN-BARBERO, 2009a). A socialidade reflete, então, as formas comunicativas e trocas cotidianas dos indivíduos considerando suas matrizes culturais, o que atravessa diversas competências de recepção.

Densa de interesses e poderes contrapostos, a mediação de institucionalidade afeta especialmente a regulação de discursos, que por parte do Estado buscam dar estabilidade à ordem constituída, e por parte dos cidadãos buscam defender seus direitos e fazer-se reconhecer (MARTÍN-BARBERO, 2009a). Atravessando a comunicação convertendo-a em urdidura da civilidade, “essa institucionalidade pertence a duas ordens contrapostas: a que desde o Estado configura os meios de comunicação como ‘serviço público’, e a que, a partir do mercado, converte a ‘liberdade de expressão’ em livre comércio” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 233-234). São priorizados, nesse contexto, valores que, antagonizados, debilitam a autonomia das instituições comunicativas, seja ao confundir a defesa dos direitos coletivos com a estabilidade do estatal ou a liberdade de expressão com a iniciativa e os interesses privados (MARTÍN-BARBERO, 2004). Dessa maneira, a mediação de institucionalidade está imbricada nas lógicas de produção dos meios e nas matrizes culturais dos indivíduos, permeando a vida cotidiana.

Já a mediação de tecnicidade “nomeia então o que na sociedade não é só da ordem do instrumento, mas também da ordem da sedimentação de saberes e da constituição das práticas” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 235). Para o autor, confundir a comunicação com as técnicas, os meios, é tão deformador como supor que eles sejam exteriores e acessórios à comunicação (MARTÍN-BARBERO, 2009a). Nesse atravessamento da técnica na comunicação e vice-versa atrelado à ordem do instrumento, de saberes e da constituição das práticas, a tecnicidade é ao mesmo tempo possibilidade e limitação. Possibilidade quando agrega o instrumento com os saberes refletindo na constituição de práticas, e limitação quando o mesmo instrumento estabelece determinadas práticas.

Entre os formatos industriais e as competências de recepção, a mediação de ritualidade “é o que na comunicação há de permanente reconstrução do nexo simbólico: ao mesmo tempo repetição e inovação, âncora na memória e horizonte aberto” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 231). Na relação com os formatos industriais, “as ritualidades constituem *gramáticas de ação* – do olhar, do escutar, do ler – que regulam a interação entre os espaços e tempos da vida cotidiana e os espaços e tempos que conformam os meios” (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 19, grifos do autor). E a partir das competências de recepção remetem aos diferentes usos sociais dos meios e às múltiplas trajetórias de leitura ligadas às condições sociais do gosto (MARTÍN-BARBERO, 2009a). A mediação de ritualidade pode ser vista numa regulação tanto dos usos sociais dos meios, por exemplo, na inserção dos meios na vida cotidiana, quanto do discurso dos meios, como em sua organização a partir de “respostas” sociais.

Com esse mapa, Martín-Barbero busca reconhecer a importância dos meios de comunicação em múltiplas redes e alertar contra a ideia de que a tecnologia é o “grande mediador” entre as pessoas e o mundo:

O que busco com esse mapa é reconhecer que os meios de comunicação constituem hoje espaços-chave de condensação e intersecção de múltiplas redes de poder e de produção intelectual, mas também alertar, ao mesmo tempo, contra o *pensamento único* que legitima a ideia de que a tecnologia é hoje o “grande mediador” entre as pessoas e o mundo, quando o que a tecnologia medeia hoje, de modo mais intenso e acelerado, é a transformação da sociedade em mercado, e deste em principal agenciador da mundialização (em seus muitos e contrapostos sentidos). (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 20, grifos do autor).

Ao abordar as mediações comunicativas da cultura e o lugar da comunicação e da cultura em *Ofício de cartógrafo*, de 2004, o autor retoma as discussões propostas no prefácio à quinta edição espanhola de *Dos meios às mediações* e defende que foi crucial reterritorializar a comunicação nos anos 1990 “então como movimento que atravessa e desloca a cultura” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 228). Para ele, “o *lugar* da cultura na sociedade muda quando a mediação tecnológica da comunicação deixa de ser meramente instrumental para se converter em estrutural” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 228, grifo do autor) com novos modos de percepção e de linguagem e novas sensibilidades e escritas. “E o lugar da cultura na sociedade muda também quando os processos de globalização econômica e

informacional reavivam a questão das identidades culturais – étnicas, raciais, locais, regionais [...]” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 229).

Essa reterritorialização da cultura remete ao que Maria Immacolata Vassalo de Lopes aponta sobre a proposta de teoria da comunicação: “o segundo mapa é do fim dos anos 1990, quando [...] fica evidente que a teoria das mediações ultrapassava a configuração de uma teoria da recepção e alcançava a proposta de uma teoria da comunicação” (LOPES, 2014, p. 70).

A circularidade das mediações nesse mapa mostra a comunicação perpassada em distintas dimensões da cultura e política da sociedade, invertendo o olhar “para ver a complexa teia de múltiplas mediações” (LOPES; OROFINO, 2014, p. 369).

Refletindo sobre as modificações do esquema das mediações culturais da comunicação para as mediações comunicativas da cultura, Nilda Jacks (2008) reforça a ideia de trabalhar os meios e os recursos que os rodeiam para entender a cultura contemporânea:

A passagem do modelo das *mediações culturais da comunicação* para o das *mediações comunicativas da cultura* recoloca a necessidade formal de trabalhar os meios e todos os recursos que os rodeiam de forma mais enfática para entender a cultura contemporânea, sem deixar, entretanto, de considerar todos os elementos da estrutura sociocultural que configuram a relação das pessoas com os meios de comunicação. (JACKS, 2008, p. 25, grifos da autora).

A mudança, para o autor, foi “reconhecer que a comunicação estava mediando todos os lados e as formas da vida cultural e social dos povos” (MARTÍN-BARBERO, 2009c, p. 153). Dessa maneira, o olhar não se invertia das mediações aos meios, mas sim da cultura à comunicação: “então, a noção de comunicação sai do paradigma da engenharia e se liga com as ‘interfaces’, com os ‘nós’ das interações, com a comunicação-interação, com a comunicação intermediada” (MARTÍN-BARBERO, 2009c, p. 153).

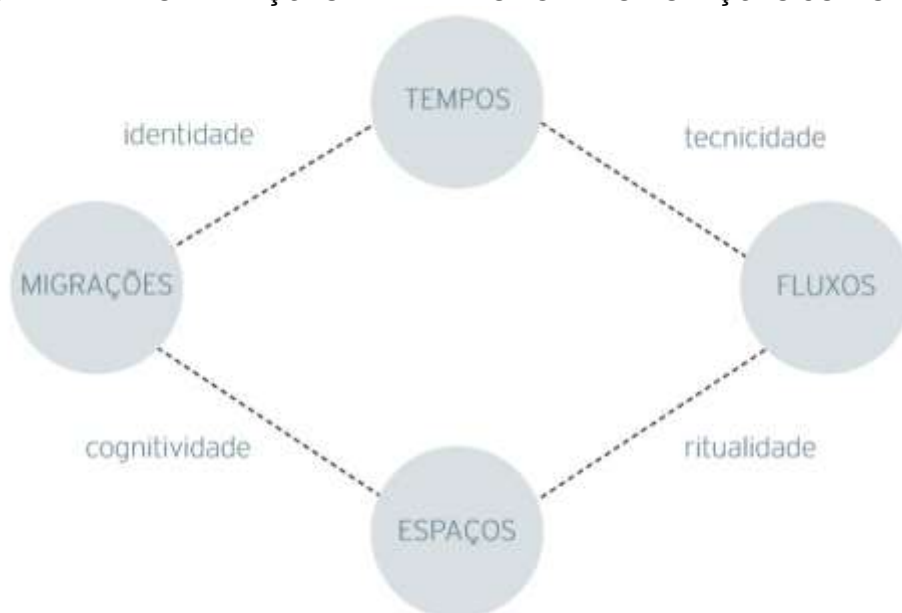
A comunicação intermediada pode ser percebida pelas mediações apresentadas nesse segundo mapa, em sua circularidade entre os dois eixos, o diacrônico e o sincrônico, e que perpassam todas as formas comunicativas, da cultura e da política.

3.1.1.2 Um mapa das mediações para investigar as mutações culturais

A transformação ocorrida “muito maior do que estamos pensando na comunicação” (MARTÍN-BARBERO, 2009b, p. 15) levou o autor a redesenhar o mapa das mediações, em 2009, a partir das mutações culturais. Citando o filósofo Javier Echeverría, que fala sobre a habitação do ser humano de um entorno natural durante milhares de séculos, Martín-Barbero (2009b) comenta que a partir desse entorno o ser humano sobreviveu e passou de nômade a sedentário. Depois de outros milhares de séculos, ainda conforme o autor, criou a cidade, que desde suas formas mais primitivas é o lugar das instituições políticas e culturais. “Esse é o segundo entorno, urbano, ligado às instituições da família, do trabalho, da religião, da política. Hoje estamos assistindo à emergência de um novo entorno que se chama tecnocomunicativo” (MARTÍN-BARBERO, 2009b, p. 15).

Esse terceiro entorno, o novo ecossistema, em que vivemos hoje representa uma mudança do tempo e de todo o contexto sociocultural. “Eu não posso ligar o computador sem saber que sou visto. [...] É um mundo onde somos vistos e vemos. E vemos ativamente. Produzimos visibilidade. Construimos visibilidade para nós e outros” (MARTÍN-BARBERO, 2009b, p. 15). O novo ecossistema está representado no mais recente mapa das mediações do autor, que traz as categorias migrações, tempos, fluxos e espaços.

FIGURA 3 – MAPA DAS MEDIAÇÕES PARA INVESTIGAR AS MUTAÇÕES CULTURAIS – 2009



FONTE: Martín-Barbero (2009b).

O terceiro mapa considera um novo ecossistema comunicativo e “esboçando apenas os traços mais grossos, esse mapa vincula os anteriores à investigação das mutações culturais contemporâneas, cujos eixos são a temporalidade/formas de espaço e mobilidade/fluxos” (LOPES, 2014, p. 72). A temporalidade remete à crise e confusão da experiência dos tempos, a espacialidade se refere a múltiplos espaços, a mobilidade relaciona o trânsito incessante de navegações virtuais e os fluxos consideram a informação, imagens, linguagens e escrituras virtuais (LOPES, 2014).

Diante das mutações culturais, as mediações passam a ser, para Martín-Barbero, transformação do tempo e transformação do espaço a partir dos grandes eixos de migrações e fluxos de imagens. “De um lado, grandes migrações de população, como jamais visto. De outro, os fluxos virtuais. Temos que pensá-los conjuntamente. Os fluxos de imagens, a informação, vão do norte ao sul, as migrações vão do sul ao norte” (MARTÍN-BARBERO, 2009b, p. 14). Além disso, há a compressão do tempo e do espaço e “é aí que eu recomponho as duas mediações fundamentais hoje: a identidade e a tecnicidade [...] Eu ligo tecnicidade ao que está se movendo na direção da identidade” (MARTÍN-BARBERO, 2009b, p. 14). O autor exemplifica afirmando que é impressionante a quantidade de adolescentes que inventam um personagem para si mesmos, citando uma pesquisa que fez em Guadalajara sobre o acesso de adolescentes à Internet.

Desenhado o mais recente mapa das mediações, Martín-Barbero ainda fala de uma “transformação gigantesca” que a identidade cultural está sofrendo, na base da identidade subjetiva, exemplificando que os pais não são mais modelos de seus filhos. A televisão, para ele, acabou com isso, tendo os filhos como modelos os seus contemporâneos, seus pares, como cantores, atrizes, jogadores de futebol etc. “Então eu junto em meu mapa tecnicidade e identidade, ponho ritualidade ao lado de cognitividade. Retiro dele as duas mediações que eram mais sociais, institucionalidade e socialidade, para colocar a transformação” (MARTÍN-BARBERO, 2009b, p. 14).

A partir disso, podemos pensar que a tecnicidade medeia a vida cotidiana a partir das possibilidades dos meios, com um tempo comprimido pelo próprio fluxo de imagens e textos no ecossistema. A identidade, estando entre as migrações e os tempos e ao lado da tecnicidade, se constitui nas relações sociais da “mobilidade física” e a partir da transformação do tempo modelada pela tecnicidade. A ritualidade, entre fluxos e espaços e ao lado de cognitividade, medeia as

apropriações daquilo que circula no ecossistema a partir de espaços virtuais ou não. Entre as migrações e os espaços, a cognitividade pode ser relacionada à mediação da comunicação a partir das percepções de cada sujeito estando num contexto de mobilidades e transformações do espaço.

Articulando os dois mapas (1998, 2009) propostos por Martín-Barbero, Veneza Mayora Ronsini acredita que:

[...] identidades e cognitividades podem ser noções embutidas tanto na mediação da socialidade quanto da ritualidade e o conceito de tecnicidade adquire um novo estatuto para além de mediar a relação entre as lógicas da produção e formatos industriais. Por sua centralidade na organização social, ela percorre o circuito inteiro, modelando a ritualidade, a socialidade e a institucionalidade, vale dizer, modela todas as relações porque se define como o estatuto social da técnica. Portanto, a tecnicidade pode ser compreendida em sentido estrito, como o aspecto textual, narrativo ou discursivo da mídia que funciona como organizador perceptivo. (RONSINI, 2010, p. 7).

Concordamos com as proposições da autora, quando aponta a tecnicidade percorrendo o circuito inteiro e modelando as mediações propostas por Martín-Barbero e todas as relações. É a tecnicidade que também transforma as categorias propostas no mapa das mutações culturais (2009): tempo, fluxos, espaços e migrações, trazendo possibilidades ou limitações para cada uma delas.

Refletindo sobre os três mapas apontados por Martín-Barbero, Jacks e Ronsini (2014) discutem as principais propostas apresentadas em cada um deles:

O mapa das mediações culturais da comunicação, que foi dos meios às mediações, afirmava a centralidade da vida cotidiana para a compreensão dos meios; já o das mediações comunicativas da cultura assume que a comunicação se torna mais forte porque medeia a vida cultural e social dos sujeitos. Seu mapa mais recente aprofundou essa questão dissolvendo a institucionalidade nas redes, pois ela não tem mais um centro irradiador, mas fluxos de imagens que navegam em vários sentidos, do produtor ao receptor e vice-versa. (JACKS; RONSINI, 2014, p. 351).

A partir das reflexões e discussões sobre a teoria das mediações, de Martín-Barbero, entendemos as mediações como um atravessamento de todas as formas comunicativas e relações de uma sociedade que se constitui por sistemas complexos que agregam diferentes esferas e formada por indivíduos carregados de valores e identidades construídos a partir de experiências em contextos sociais distintos.

3.1.2 O modelo das múltiplas mediações de Guillermo Orozco Gómez

É a partir do que aborda Martín-Barbero (2009a) sobre as mediações que também surgiram outras reflexões, como a proposta que faz Guillermo Orozco Gómez (1994) das mediações múltiplas, agregando possibilidades de caminhos para a discussão do pensamento latino-americano. Nascido em Guadalajara, no México, Orozco Gómez graduou-se em Comunicação em 1974, realizou uma especialização em Educação em 1977 e concluiu o doutorado também em Educação em 1988 (PERES-NETO, 2014).

Foi Guillermo Orozco que, ao se dedicar à análise das circunstâncias mais estritas no contexto familiar e escolar para entender o vínculo entre criança e TV, desenvolveu esta outra dimensão do fenômeno das mediações. Sua preocupação, portanto, não é com as imbricações mais amplas da mediação cultural, embora admita que seja a mediação com “M” maiúsculo, nos moldes do que propõe Martín-Barbero. (JACKS; RONSINI, 2014, p. 351).

Nas palavras do próprio Orozco, sua proposta envolve a teoria de estruturação de Giddens, a teorização de mediação cultural de Martín-Barbero e sua própria contextualização da recepção e as mediações em seu processo a partir de seu trabalho empírico com teleaudiências. Isto significa “[...] esquematizar uma perspectiva geral do papel do que chamei de *múltipla mediação* na maneira em que as teleaudiências estruturam suas próprias estratégias de recepção televisiva³²” (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 72, grifos do autor, tradução nossa). As próprias estratégias de recepção televisivas estão ligadas às mediações que atravessam a televisão e as teleaudiências. As proposições e discussões do autor se relacionam com esta pesquisa na compreensão de um contexto de mediações (e de diversas fontes de mediação) especialmente a partir da televisão, que tem particularidades de consumo midiático em ambos os grupos de jovens analisados: evangélicos e em conflito com a lei.

Por acreditar que a recepção como conceito é epistemologicamente insuficiente para entender o complexo processo de construção de sentido, Orozco adota o termo *televidência* como processo particular de recepção que se refere ao

³² “[...] esquematizar una perspectiva general del papel de lo que he denominado la mediación múltiple en la manera en que las teleaudiencias estructuran sus propias estrategias de recepción televisiva” (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 72, grifos do autor).

meio televisivo, distinguindo-se de outros processos de interação mediática (OROZCO GÓMEZ, 2000). “[...] o que se infere no processo de televidência, é justamente isso, a televidência, que nunca é percebida como tal, mas apenas a partir dos elementos (mediações e contextos) que a configuram”³³ (OROZCO GÓMEZ, 2000, p. 117, tradução nossa). Dessa maneira, o termo televidência diz respeito a características próprias da televisão no processo de recepção televisiva, considerando as mediações e os contextos em que ocorre.

Ao definir seu entendimento por mediações, Orozco contextualiza o conceito a partir de Martín-Barbero e afirma que em um esforço de resgatar a mediação para a recepção televisiva propõe que se entenda “como um processo estruturante que configura e reconfigura tanto a interação dos membros da audiência com os meios quanto a criação por eles do sentido dessa interação”³⁴ (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 74, tradução nossa). Orozco aprofunda o conceito de mediação “a partir da dimensão pedagógica ao forjar a ideia de que ser audiência tem uma dimensão educativa intrínseca” (PERES-NETO, 2014, p. 359). Essa dimensão educativa intrínseca pode ser entendida a partir das percepções criadas pelos conteúdos televisivos e o contexto no qual a audiência está inserida. Dessa maneira, “[...] a interação TV-audiência surge como um processo complexo, multidimensional e multidirecional que envolve vários momentos, cenários e negociações que vão além da tela da TV”³⁵ (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 73, tradução nossa).

Os momentos, cenários e negociações que vão além da tela da TV podem ser relacionadas quando o autor aponta que a mediação se origina em várias fontes, como na cultura, na política, na economia, na classe social, no gênero, na idade, nos meios, entre outros (OROZCO GÓMEZ, 1994). Orozco considera o contexto social no qual os indivíduos estão inseridos, as identidades, instituições a que pertencem, movimentos que participam, entre outros, como mediações que interferem na interação com os meios.

³³ “[...] lo que se infiere en el proceso de televidencia, es precisamente eso, la televidencia, que nunca es perceptible como tal, sino sólo a partir de los elementos (mediaciones y contextos) que la configuran” (OROZCO GÓMEZ, 2000, p. 117).

³⁴ “como un ‘proceso estructurante’ que configura y reconfigura tanto la interacción de los miembros de la audiencia con los medios, como la creación por parte de ellos del sentido de esa interacción” (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 74).

³⁵ “[...] la interacción TV-audiencia emerge como un proceso complejo, multidimensional y multidirecional que abarca varios momentos, escenarios y negociaciones que trascienden la pantalla de la TV” (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 73).

Etnia, gênero, identidade do público, as instituições sociais a que pertence e movimentos e organizações cidadãs em que participa também são mediações que moldam o resultado de suas interações com a mídia. Os mesmos meios e suas características intrínsecas, determinações políticas e econômicas, suas lógicas de produção e transmissão, as suas lealdades e estilos, são uma mediação. Assim como são as mesmas audiências, sempre localizadas, tanto como membros de uma cultura e de várias comunidades de interpretação, quanto como indivíduos com um desenvolvimento específico, repertórios, mentalidades e scripts para a ação social³⁶. (OROZCO GÓMEZ, 1997, p. 28, tradução nossa).

O autor traça suas propostas sobre as mediações e a recepção televisiva a partir do questionamento das inconsistências do modelo de efeitos dos meios, trabalhando as vertentes de televisão, educação e crianças. O autor critica o modelo de efeitos a partir dessas vertentes em três premissas (OROZCO GÓMEZ, 1994). A primeira é que a intenção do pesquisador não afeta o conhecimento gerado através da investigação. O autor explica que dentro da investigação sobre os efeitos educativos da televisão em crianças, os pesquisadores têm assumido que suas perguntas e propósitos não constituem uma diferença importante na investigação dos efeitos. Entre outras inconsistências apontadas por Orozco nessa premissa, ele defende que “se o interesse da pergunta é descobrir o que possibilita que ocorram os efeitos cognitivos da TV, então teria que incluir todos os tipos de efeitos e não apenas aqueles que individualmente interessam o pesquisador”³⁷ (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 15, tradução nossa). Essa ideia pode ser relacionada às propostas do autor quando pensa o conjunto da recepção televisiva, refletindo sobre as diversas fontes de mediação, por exemplo, e entendendo a relação TV-audiência como um processo mediado (MONDERO, 1994) sem direcionar uma pergunta ou efeito, conforme citado anteriormente.

A segunda premissa do modelo dos efeitos criticada por Orozco é que é possível entender os efeitos da TV sem considerar suas origens, desenvolvimento e determinantes sociais. O autor aponta que na investigação convencional sobre os

³⁶ “La etnia, el género, las identidades de la audiencia, las instituciones sociales a las que pertenece y los movimientos y organizaciones ciudadanas en las que participa, son también mediaciones que van conformando el resultado de sus interacciones con los medios. Los mismos medios y sus características intrínsecas, determinaciones políticas y económicas, sus lógicas de producción y transmisión, sus lealtades y estilos, son una mediación. Así como lo son las mismas audiencias, siempre situadas, tanto como miembros de una cultura y de varias comunidades de interpretación, como en tanto individuos con un desarrollo específico, repertorios, esquemas mentales y guiones para su actuación social” (OROZCO GÓMEZ, 1997, p. 28).

³⁷ “Si el interés de la pregunta es averiguar lo que posibilita que ocurran los efectos cognoscitivos de la TV, entonces habría que incluir todos los tipos de efectos y no sólo aquellos que individualmente interesan al investigador” (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 15).

efeitos da TV se supõe que é possível estudar sua influência educativa considerando apenas suas características técnicas (OROZCO GÓMEZ, 1994). Entre outros aspectos, Orozco defende que a segunda premissa não se sustenta porque a ideia do determinismo tecnológico é uma falácia e porque “até mesmo os elementos técnicos da TV enquanto meio não estão isentos de uma determinação cultural e social”³⁸ (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 18, tradução nossa). Essa crítica perpassa as ideias do autor quando entende que a cultura permeia todas as mediações (OROZCO GÓMEZ, 1994).

A terceira premissa do modelo dos efeitos apontada por Orozco é que o impacto educacional da TV é principalmente em habilidades mentais. Para o autor, essa premissa também é insustentável, entre outras questões, porque conceber a educação como mero desenvolvimento de competências e habilidades mentais é uma forma muito estreita de entender o processo de ensino-aprendizagem (OROZCO GÓMEZ, 1994). “A TV na investigação dos efeitos tem sido reduzida ao conjunto de suas características técnicas, e os seus efeitos, portanto, a apenas aqueles nas habilidades mentais dos televidentes”³⁹ (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 23, tradução nossa). Mais uma vez a crítica é perceptível na proposta que o autor faz das mediações múltiplas pensando a interação TV-audiência como um processo complexo.

Claudia Herrán Monedero (1994) afirma que Orozco integra um grupo denominado de análise integral da recepção, que se apresenta como uma ruptura epistemológica contra os estudos dos efeitos. “Daí que Orozco defende que no processo de apropriação se apresentam múltiplas mediações, de acordo com as instâncias sociais onde é realizado”⁴⁰ (MONDERO, 1994, p. 31, tradução nossa). O autor sugere quatro grupos de mediações, para integrar as múltiplas mediações que formam a interação TV-audiência, entendendo que a cultura permeia todas elas

³⁸ “incluso los elementos técnicos de la TV en cuanto medio no están exentos de una determinación cultural y social (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 18).

³⁹ “La TV en la investigación de efectos ha quedado reducida al conjunto de sus características técnicas, y sus efectos, por tanto, a sólo aquéllos en las habilidades mentales de los televidentes” (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 23).

⁴⁰ “De ahí que Orozco sostenga que en el proceso de apropiación se presentan múltiples mediaciones, de acuerdo con las instancias sociales donde éste se realiza” (MONDERO, 1994, p. 31).

(OROZCO GÓMEZ, 1994). Os quatro grupos são: mediação individual, mediação situacional, mediação institucional e mediação tecnológica ou videotecnológica.

A mediação individual surge do sujeito, “seja como um indivíduo com um desenvolvimento cognitivo e emocional específico, ou como um sujeito social, membro de uma cultura; em ambas as situações, a ‘agência’ sujeito social-individual é desenvolvida em diferentes cenários”⁴¹ (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 75). Para o autor, a mediação cognitiva talvez seja a principal mediação individual, referindo-se a essa mediação como resultado derivado da estrutura mental por meio do qual o sujeito conhece. Orozco cita o gênero, a idade e a etnicidade como fontes de mediação da mediação individual. Podemos entender ainda que essa mediação permeia as experiências e subjetividade de cada sujeito no contexto no qual está inserido.

A situação em que acontece a interação TV-receptores é uma fonte de mediação importante para Orozco. Ao explicar o que seria a mediação situacional ele afirma que “cada cenário inclui possibilidades e limitações para o processo de recepção televisiva tanto a nível espacial quanto a nível da possível interação da teleaudiência”⁴² (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 78, tradução nossa). A mediação situacional, conforme o autor, pode ocorrer quando se assiste televisão sozinho(a) ou acompanhado(a) e nos cenários específicos em que os membros da audiência interagem, como a escola, a rua, as reuniões com amigos, o lugar de trabalho, a igreja, entre outros.

Ao expor a mediação institucional, Orozco afirma que a audiência é muitas coisas ao mesmo tempo, participando de diversas instituições sociais. Ele exemplifica os adolescentes que são um segmento específico de audiência da TV e ao mesmo tempo são membros de uma família, são estudantes e participam de outras instituições sociais como clubes esportivos, de bairros, de festas. O autor aponta ainda que, para implementar sua mediação, as instituições sociais utilizam vários recursos. “O poder e as regras são algumas estratégias, assim como os procedimentos de negociação; as condições materiais e espaciais também servem

⁴¹ “ya sea como individuo con un desarrollo cognoscitivo y emotivo específico, o bien como sujeto social, miembro de una cultura; en ambas situaciones, la ‘agencia’ del sujeto social-individual se desarrolla en diferentes escenarios” (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 75).

⁴² “cada escenario abarca posibilidades y limitaciones para el proceso de recepción televisiva tanto a nivel espacial como a nivel de la posible interacción de la teleaudiencia” (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 78).

às metas institucionais”⁴³ (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 79, tradução nossa). O poder, as regras e os procedimentos de negociação das instituições sociais podem abarcar possibilidades e limitações quanto à apropriação de conteúdos dos meios, por exemplo.

A mediação tecnológica ou videotecnológica, por sua vez, traz a televisão como instituição social que não apenas reproduz outras mediações institucionais, mas produz sua própria mediação, utilizando recursos para impô-la sobre a audiência (OROZCO GÓMEZ, 1994). “Como meio eletrônico, a TV tem algumas especificidades para incorporar ‘o que está lá fora’, para reproduzi-lo e apresentá-lo ao público ou simplesmente para estruturar seus textos”⁴⁴ (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 80, tradução nossa). As especificidades da televisão também criam formas de apropriação dos conteúdos, como por meio dos gêneros televisivos.

Com a proposição das mediações múltiplas nesses quatro grupos de mediação, o autor passa a discutir outros aspectos envolvendo o processo de recepção televisiva, como as micro e macromediações.

3.1.2.1 Micro e macromediações

Considerando os processos de interação das audiências com o audiovisual sempre mediados e acreditando que “nem a televisão é somente um meio, mas muitas coisas ao mesmo tempo, nem as audiências são apenas audiências” (OROZCO GÓMEZ, 2014, p. 35), o autor aponta cinco dimensões da televisão: a dimensão tecnológica, a dimensão discursivo-linguística, a dimensão midiática, a dimensão institucional e a dimensão estética.

Sinteticamente, a dimensão tecnológica se refere às características técnicas intrínsecas de cada meio, no caso da televisão, à sua capacidade de transmitir a realidade no momento em que ocorre, o nível de fidelidade e verossimilhança (OROZCO GÓMEZ, 2014). A dimensão discursivo-linguística diz respeito às

⁴³ “El poder y las reglas son algunas estrategias, así como los procedimientos de negociación; las condiciones materiales y espaciales también sirven a las metas institucionales” (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 79).

⁴⁴ “Como medio electrónico, la TV tiene algunas especificidades para incorporar ‘lo que está ahí fuera’, para reproducirlo y presentarlo al auditorio o simplemente para estructurar sus textos” (OROZCO GÓMEZ, 1994, p. 80).

linguagens auditiva e visual da televisão, além de uma série de efeitos sonoros e visuais que conformam os discursos (OROZCO GÓMEZ, 2014).

A “midiacidade” ou dimensão midiática tem a ver com as características próprias de funcionamento de cada meio, distinguindo-se de outros; a dimensão institucional se refere aos meios terem uma institucionalidade ancorada nos sistemas sociais, culturais e políticos; e a dimensão estética é um conjunto das anteriores sob um estilo e uma qualidade, uma perspectiva de comunicação particular (OROZCO GÓMEZ, 2014). “Cada uma das dimensões anteriores exerce uma mediação distintiva em suas audiências, fazendo do processo de assistência televisiva um processo necessariamente multimidiado” (OROZCO GÓMEZ, 2014, p. 36), o que também se relaciona aos quatro grupos de mediações apontados pelo autor, discutidos anteriormente.

Ao traçar essas dimensões, Orozco sugere uma abordagem da compreensão das audiências da televisão sublinhando os “jogos” de mediação de natureza diversa e profunda que ocorrem ao assistir televisão. Nesse sentido, discute as micro e as macromediações, que podem ser pensadas nesta pesquisa no consumo midiático dos jovens e sua relação com a mídia, independente do meio, por agregarem reflexões importantes na teia de mediações que atravessam o consumo midiático dos sujeitos pesquisados. Vistas sob a perspectiva televisiva proposta por Orozco, as micro e macromediações convergem com o contexto de consumo midiático dos jovens e sua relação com a televisão, meio mais consumido pelos jovens em conflito com a lei de segunda a sexta-feira, quando estão na Casa de Semiliberdade de Curitiba.

As micromediações dizem respeito ao conjunto de mediações que provém do âmbito individual dos sujeitos-audiências, “portanto, sujeitos particulares com características próprias, algumas, inclusive, únicas e singulares, resultado de suas heranças genéticas, de seus desenvolvimentos e trajetórias vitais pessoais [...]” (OROZCO GÓMEZ, 2014⁴⁵, p. 37). O autor ainda exemplifica que o nível educativo, a maturidade emocional, o desenvolvimento cognitivo específico, as vivências particulares acumuladas, sensibilidades, caprichos, entre outros, são especificidades de cada indivíduo que exercem mediações variantes em suas assistências televisivas (OROZCO GÓMEZ, 2014, p. 37).

⁴⁵ Conforme o autor, o texto de 2014 é atualizado a partir do original publicado como capítulo no livro do próprio autor: *Televisión, Audiencias y Educación*. Argentina: Norma, 2001.

Dessa maneira, as micromediações constituem um conjunto de mediações “relacionadas às interações dos sujeitos-audiência em âmbito individual, ou seja, Orozco alude, com isso, ao lugar desde o qual, no processo de ‘televidência’, os receptores atribuem sentido a partir do que a televisão lhes oferece” (PERES-NETO, 2014, p. 362). No entanto, para o autor, por mais individualizada que pareça, a recepção televisiva é um processo altamente culturalizado. Individuais na qualidade de membros de uma audiência, os sujeitos concretizam estratégias televisivas inspiradas em primeiro lugar no que lhes é característico como indivíduos, e em seguida concretizam também contratos de recepção de leitura ou escuta a partir de onde se conectam com os outros (OROZCO GÓMEZ, 2014).

Ainda nas micromediações, o autor considera as recepções televisivas de primeira e de segunda ordem. A recepção televisiva primária, sinteticamente, acontece ante o televisor e é um processo inicial e distintivo e também resultante de decisões ou intuições prévias, de estratégias e ritualidades construídas de outras mediações anteriores ao momento de estar diante do televisor (OROZCO GÓMEZ, 2014). E para além do televisor ocorrem recepções secundárias e terciárias, como a recordação, a evocação mental de uma imagem, uma fala ou roteiro televisivo, e o retorno das sensações provocadas pela recepção televisiva em outros lugares ou momentos da vida cotidiana colocam os sujeitos em contato com os referentes televisivos novamente (OROZCO GÓMEZ, 2014).

Em relação às macromediações, Orozco indica que “não há recepções televisivas puras, além das mediações individuais, situacionais e contextuais que as configuram em seus cenários indiretos” (OROZCO GÓMEZ, 2014, p. 41). A partir disso, uma das mediações decisivas no processo de recepção televisiva é a identidade ou as identidades dos sujeitos individuais e as das audiências como estamento coletivo (OROZCO GÓMEZ, 2014). “As identidades precárias ou momentâneas, ou as identidades de moda, são propiciadas pela televisão e pelos demais meios, onde adquirem sentido [...]” (OROZCO GÓMEZ, 2014, p. 41). O autor exemplifica que o choro telenovesco de uma mãe latino-americana provocado pela telenovela a que assiste não parece contradizer o fato de ser mãe preocupada com o presente e com o futuro de seus filhos.

A percepção ou percepções, como atividade e processo múltiplo e cintilante, é outra das mediações mais importantes. “O visual e o auditivo, o sensorial, o simbólico, o estético, o emocional e o racional se põem em jogo, configurando um

processo cognitivo-afetivo-significante [...]” (OROZCO GÓMEZ, 2014, p. 42). Os sujeitos, para o autor, vão definindo, a seu modo, os sentidos de diversos programas televisivos.

Ainda no contexto das macromediações, “a mediação institucional, exercida pela televisão como instituição social, constitui um conjunto crescente, mesmo que variante, de mediações” (OROZCO GÓMEZ, 2014, p. 44). A transformação do que é importante saber, do que se assume como divertido, perigoso, importante ou banal, ou do que constitui notícia ou do que é educativo, substancia essa mediação institucional.

A partir dos pontuamentos do autor, Luiz Peres-Neto afirma que “[...] as macromediações aludem aos processos sociais que emanam das relações e interações individuais, das audiências, para interagir com as estruturas sociais, transformando-as ou moldando-as” (PERES-NETO, 2014, p. 362). Considerando, assim, questões individuais inseridas no contexto das relações sociais. Entendemos, então, não apenas os “contatos” e a relação com a televisão, mas com todos os demais meios, como processos mediados a partir de vários fatores, ou fontes de mediação como sugere Orozco, compreendendo ainda que todos os processos comunicativos são mediados.

Consideramos as transformações da cultura e da comunicação, discutidas por Martín-Barbero (2009a, 2009b, 2009c), e as diversas fontes de mediação, de que fala Orozco (1994), bem como as micro e macromediações que o autor sugere, na relação dos jovens com a mídia. Partindo desse contexto, na análise desta pesquisa, discutimos as mediações na rotina de jovens a partir principalmente das mediações comunicativas da cultura (MARTÍN-BARBERO, 2009a) e dos quatro grupos das mediações múltiplas (OROZCO GÓMEZ, 1994), que atravessam os resultados alcançados durante a pesquisa de campo. Isso não significa desconsiderar as outras mediações – consideramos o cenário, conforme descrito anteriormente –, mas sim partir de um contexto e tensionar os dados com as principais mediações que o campo apresenta buscando entender de que forma elas atravessam o consumo midiático dos jovens. Antes desse tensionamento com os resultados da pesquisa, passamos para a discussão do arcabouço teórico sobre consumo, consumo midiático e convergência.

4 “É VICIANTE”: O CONSUMO MIDIÁTICO PERMEADO NAS PRÁTICAS COTIDIANAS DE JOVENS

*“Tem que ter consciência, sabe? O que você vai fazer na Internet, né?
Se é pro bem ou pro mal, porque hoje em dia um...
que a gente é humano, né? A gente... a gente é humano”.*
Jovem em conflito com a lei, 19 anos (2016)

Certamente o discurso do jovem em conflito com a lei que abre este capítulo está impregnado pelas suas experiências pessoais e coletivas, considerando o contexto no qual está inserido. A reflexão do jovem pode ser associada à proposta de Néstor García Canclini (2015) de que o consumo serve para pensar. O autor ressalta que o consumo deve ser visto “não como simples cenário de gastos inúteis e impulsos irracionais, mas como espaço que serve para pensar, e na qual se organiza grande parte da racionalidade econômica, sociopolítica e psicológica na sociedade” (CANCLINI, 2015, p. 14).

Ao mesmo tempo em que traz possíveis respostas, o autor incita à reflexão sobre o ato de consumir a partir de discussões sobre a constituição social, considerando aspectos como a globalização, a cidadania, a cultura e a identidade. A globalização como reconceituação da relação com o que é consumido, no que Canclini (2015) chama de próprio e alheio: o que se produz no mundo todo está num alcance mais fácil e com essa facilidade de acesso é difícil saber o que é próprio. Esse processo também se reflete na instabilidade de identidades fixadas nos repertórios de bens, sendo que o problema não é tanto a falta, mas o que se possui se tornar a cada instante obsoleto e fugaz – lembrando que as identidades modernas eram territoriais e quase sempre monolíngüísticas, e as identidades pós-modernas são transterritoriais e multilíngüísticas (CANCLINI, 2015).

As mudanças socioculturais também estão atravessadas nas relações cotidianas e no próprio ato de consumir, como o redimensionamento das instituições e dos circuitos públicos, com um peso maior de conglomerados empresariais de alcance transnacional; reformulação dos padrões de assentamento e convivência urbanos, na qual as atividades básicas (trabalhar, estudar, consumir) são feitas longe de casa e as pessoas passam muito tempo se locomovendo; reelaboração do “próprio” em função de uma cultura globalizada; consequente redefinição do senso de pertencimento e identidade, cada vez mais com a participação de comunidades transnacionais e desterritorializadas; e a passagem do cidadão como representante

de uma opinião pública ao cidadão interessado em desfrutar de uma certa qualidade de vida (CANCLINI, 2015).

Em relação à questão da cidadania, é preciso reconhecer que quando escolhemos e nos apropriamos de bens, estamos também mostrando o que consideramos valioso, o que interfere também na integração e ao mesmo tempo distinção social (CANCLINI, 2015). Ser cidadão não deve ser apenas relacionado a direitos reconhecidos por aparelhos estatais, mas a práticas sociais e culturais que dão sentido de pertencimento (CANCLINI, 2015).

Daniel Miller (2007) ressalta a importância de considerar o consumo como um processo complexificado, sem ser apenas bom ou ruim, mas estabelecendo conexões entre as diferentes matizes sociais. Desconstruindo as discussões sobre o consumo, Miller (2007, p. 34) traz uma abordagem da cultura material e aponta que “a percepção do consumo como uma atividade maligna ou anti-social é bem mais profunda e existia muito antes do consumo de massa moderno”.

Para ele, é necessário entender a relação da cultura material, de consumo de bens, com as próprias necessidades da humanidade, numa discussão mais ampla do que seriam essas vontades pessoais e sociais. “Uma abordagem genuína de cultura material ao consumo começa e termina com uma compreensão intensificada e não reduzida da humanidade, ao reconhecer também a sua materialidade intrínseca” (MILLER, 2007, p. 53).

Na mesma linha de discussão, Everardo Rocha (2006) considera que na sua extensão de impacto social, o consumo não pode ser explicado com visões moralizadoras, mercadológicas ou reducionistas. “A perspectiva é dar ao consumo seu devido lugar como fenômeno dotado de ampla capacidade para afetar a vida de todos nós e, portanto, objeto de inestimável força pelas possibilidades que abre para o conhecimento de nossa cultura” (ROCHA, 2006, p. 16).

O consumo como uma expressão da cultura também é defendido por Rocha e Carla Barros (2003) quando fazem uma interpretação antropológica do consumo trazendo ideias inspiradas em teorias de Thorstein Veblen, Marcel Mauss e Claude Lévi-Strauss. Rocha e Barros (2003) discutem as obras de Veblen – A teoria da classe ociosa: um estudo econômico de instituições, de 1899 –, que “ultrapassou a visão utilitária do consumo, que prevalece no viés economicista, e deu a devida atenção ao significado cultural contido nesse fenômeno e em suas práticas” (ROCHA; BARROS, 2003, p. 183); Mauss – Ensaio sobre a dádiva: forma e razão

de troca nas sociedades arcaicas, de 1923, que “permite pensar a presença da ordem cultural como decisiva nas situações de troca, relativizando a prevalência do viés utilitarista e da razão prática” (ROCHA; BARROS, 2003, p. 186); e Lévi-Strauss – Totemismo hoje e O pensamento selvagem, ambos de 1962 –, nas quais “o totemismo é interpretado como um sistema de classificação que articula diferenças e semelhanças entre natureza e cultura” (ROCHA; BARROS, 2003, p. 187).

A partir dessas reflexões, Rocha e Barros (2003) fazem observações sobre o consumo, que podem ser vistas em outros textos de Rocha (2006), evidenciando suas ideias sobre o lugar do consumo:

Em primeiro lugar, o consumo é um sistema de significação e a principal necessidade social que supre é a simbólica. Em segundo, o consumo é como um código e através dele são traduzidas boa parte das nossas relações sociais, e elaboradas muitas das nossas experiências de subjetividade. Em terceiro, este código, ao traduzir sentimentos e relações sociais, forma um sistema de classificação de coisas e pessoas, produtos e serviços, indivíduos e grupos. (ROCHA; BARROS, 2003, p. 204).

O debate sobre a questão do consumismo se intensifica a partir da metade do século XX, com a superação do modelo da sociedade industrial, centrada na produção, para outra forma de organização social e cultural, na qual o consumo assume a centralidade impulsionado pelo desenvolvimento dos meios de comunicação de massa (RETONDAR, 2007). Ao fazer uma explanação de leituras contemporâneas sobre o consumo, Maria Aparecida Baccega (2014, p. 59) aponta que foi a partir da segunda metade do século XX que “ganhou força a percepção de que o consumo – que engloba a aquisição, a fruição, os usos e o descarte de bens tangíveis e intangíveis – só podia ser devidamente compreendido ao se levar em conta a simultaneidade das suas dimensões material e simbólica”.

É nesse contexto que também se fortalece o papel da comunicação dentro do processo de consumo. Baccega (2011, p. 30) ressalta que “o processo comunicacional ‘nasce’ e ‘retorna’ à sociedade de consumo. Sem conhecê-la, não é possível fazer comunicação”. Tanto consumo quanto comunicação são intrínsecos às atividades humanas, e, a partir disso, há diversas implicações sociais, como nos modos de estar juntos, de se organizar enquanto sociedade, de fortalecer laços de pertencimento.

A “fusão” entre “consumo” e “comunicação”, que se estabelece a partir do século XIX, irá se acentuar dramaticamente no decorrer do século subsequente, passando a constituir uma das principais, senão mesmo a principal, força civilizatória do capitalismo enquanto um sistema social global. (RETONDAR, 2007, p. 18).

Mesmo com a evolução da discussão do impacto social do consumo e do poder de escolha do que queremos consumir, há fatores que atravessam esse processo de decisão, como o próprio contexto no qual estamos inseridos e identidades formadas ao longo das nossas trajetórias. Solum Donas Burak (2001) discute o consumo relacionado à juventude:

A imagem pré-fabricada e alienante é "você é o que você tem e o que você consome" e os adultos, junto aos meios de comunicação e outros mecanismos de propaganda massiva e a enorme oferta que nos oferece o mercado de bens, levam-nos a todos (adolescentes e jovens também) para consumir e consumir com nossos gostos ou desejos para os outros.⁴⁶ (BURAK, 2001, p. 31, tradução nossa).

Nesse sentido, Canclini (2008) fala em monopólios e acredita que os consumidores não são vítimas passivas, mas que a diminuição na pluralidade de ofertas nos torna cada vez mais sem defesa em muitas frentes. “Por isso, a reivindicação dos direitos dos mais humilhados liga-se ao exercício cotidiano da cidadania, ao acesso aos bens desfrutáveis, ao uso do telefone ou da Internet para comunicar-se e não para que nos incomodem com vendas” (CANCLINI, 2008, p. 32).

Ao discordar de um processo alienante, Canclini (2015) aponta que o entendimento sobre consumo mostra que o senso comum não coincide com o bom senso, pois consumir costuma ser associado a gastos inúteis e compulsões irracionais. “Esta desqualificação moral e intelectual se apoia em outros lugares-comuns sobre a onipotência dos meios de massa, que incitariam as massas a se lançarem irrefletidamente sobre os bens” (CANCLINI, 2015, p. 59).

Certamente o contato com a mídia atravessa os modos de consumir e apropriação dos produtos ou conteúdos, porém, outros aspectos devem ser considerados nesse processo, como a própria formação das pessoas em contextos

⁴⁶ “La imagen pré-fabricada y alienante es ‘eres lo que tienes y lo que consumes’ y los adultos, junto con los medios de comunicación y otras mecanismos de la propaganda masiva y la enorme oferta que nos ofrece el mercado de bienes, nos inducen a todos (a los adolescentes y jóvenes también), a consumir y hacer consumir con nuestros gustos o deseos a otros” (BURAK, 2001, p. 31).

coletivos e desenvolvimentos individuais. O entendimento do público como passivo, como apontavam os primeiros estudos das teorias de Comunicação no início do século XX, já foi superado – sendo que as pessoas escolhem qual programa televisivo assistir e por quanto tempo, por exemplo –, a Internet apenas acentuou o papel ativo da sociedade, o que será discutido mais adiante quando abordaremos a convergência (tópico 4.1).

O consumidor e os meios de comunicação são relacionados por Baccega (2011, p. 33) com características como o desenraizamento, a vida líquida, a velocidade no lugar da duração, entre outras:

Essa concepção relaciona-se diretamente com a concepção de receptor que temos hoje: sujeito ativo, não só interpreta, ressignificando, as mensagens da mídia, como também inclui essa ressignificação no conjunto de suas práticas culturais, modificando-as ou não. O receptor e o consumidor estão juntos.

É esse contexto de discussão do consumo interpelando processos sociais e culturais que também situamos o consumo midiático nesta pesquisa, especialmente sob a abordagem sociocultural apontada por Canclini (2015). Nesta dissertação recortamos a pesquisa para o consumo midiático, procurando discutir de que forma as mediações atravessam a apropriação dos conteúdos de jovens inseridos em contextos distintos. Concordamos com Roger Silverstone (2002, p. 150) quando considera o consumo como “uma forma de mediação, à medida que os valores e significados dados de objetos e serviços são traduzidos e transformados nas linguagens do privado, do pessoal, do particular. Consumimos objetos. Consumimos bens. Consumimos informação”, sendo consumo e mediação interdependentes.

“Embora os estudos de recepção e consumo sejam correntes no país há mais de 20 anos [...], pouco se discute sobre as especificidades do consumo midiático” (SCHMITZ, 2013, p. 89). Dessa maneira, buscamos traçar algumas “tentativas” sobre o que seria o consumo midiático relacionando autores que abordam o consumo, conforme discutido anteriormente, a mídia e algumas pistas do que encontramos na pesquisa de campo, além de alguns autores que trazem olhares mais direcionados para o consumo midiático.

Silverstone (2002, p. 150), por exemplo, defende a importância da mídia em relação ao consumo: “consumimos a mídia. Consumimos pela mídia. Aprendemos

como e o que consumir pela mídia. Somos persuadidos a consumir pela mídia. A mídia, não é exagero dizer, nos consome”.

Essa sensação de que somos consumidos pela mídia pode ser observada quando alguns jovens dizem que deixaram de usar o Facebook devido a essa rede social digital consumir muito tempo do dia a dia. Porém, uma jovem evangélica de 21 anos disse que voltou a usar a rede por saudades, por exemplo. Outro jovem evangélico (2016), de 26 anos, afirmou que não tem perfil no Facebook porque já “perde bastante tempo com outras mídias”. “Seria viver pra isso, é muita informação”, disse. Porém, a esposa (2016), de 25 anos – que participou do mesmo grupo focal – complementou a fala dele dizendo que “ele sempre dá uma espiadinha” pelo perfil dela no Facebook. É como se o jovem não quisesse se “render” totalmente ao uso dessa rede social digital agregada às outras que consome, mas também não consegue ficar totalmente fora dela.

Os aparelhos celulares possibilitam facilidades de acesso à mídia, refletindo no consumo midiático de jovens, e para que, como afirma Silverstone (2002), a mídia nos consuma. Quando estuda as novas formas de sociabilidade a partir da relação de jovens com aparelhos celulares, Ana Maria Nicolaci-da-Costa (2006) aponta que as possibilidades da comunicação via celulares – a mobilidade, a instantaneidade, a personalização e o acesso direto – dão fluidez a uma rede de sociabilidade muito intensa.

Os contatos breves, mas constantes, para obter informações, combinar encontros, planejar a programação da noite ou do fim de semana, ou mesmo para simplesmente contar alguma coisa que acabou de acontecer, dão a esses jovens a sensação de estarem sempre acompanhados. E essa sensação não é somente fruto da imaginação. Eles estão, realmente, em sintonia uns com os outros praticamente o tempo todo. (NICOLACI-DA-COSTA, 2006, p. 69).

A sintonia uns com os outros por meio dos celulares pode ser notada no uso de redes sociais digitais pelos jovens, quando, por exemplo, os evangélicos combinam encontros na igreja e discutem questões religiosas pelo WhatsApp, e os jovens em conflito com a lei relatam um sentimento de necessidade ainda mais intensificado pelo uso do celular aos fins de semana devido à restrição de segunda a sexta-feira na Casa de Semiliberdade de Curitiba.

Ao discutir e pesquisar a problemática da juventude e da mídia, com o objetivo de “entender a relação dos produtores juvenis – de música *punk*, do *rap* e

dançarinos de *break* – com as novas formas de constituição das identidades que dependem de representações que os jovens formulam sobre si mesmos e sobre a sociedade em que vivem [...]” (RONSINI, 2007, p. 15), Veneza V. Mayora Ronsini (2007) reflete sobre relações no entorno social da juventude:

O interesse pela cultura globalizada não significa somente a subordinação à cultura da mídia que os leva a consumir produtos, programas e a reproduzir o repertório da música internacional, mas pode indicar o anseio por novos padrões de vida, isto é, novas possibilidades materiais e simbólicas, diante da inconformidade dos jovens quanto às características de funcionamento das relações no entorno social. (RONSINI, 2007, p. 56-57).

A incoformidade também pode ser observada nos discursos de alguns jovens pesquisados nesta dissertação, quando no caso da mídia apontam que a realidade não é mostrada. Um jovem em conflito com a lei (2016), 19 anos, durante entrevista em profundidade, afirmou diversas vezes que “na televisão eu não vejo nada de realidade. Por isso já não gosto de assistir televisão”, pois pessoas “pobres também podem realizar seus sonhos”. E que no Facebook, por exemplo, ele diz que pode *postar* frases que falam a realidade do dia a dia dele – porém, ainda de maneira recortada, pois o Facebook “também não mostra muito a realidade”.

Podemos relacionar o discurso do jovem com percepções pautadas a partir do consumo midiático, entendendo esse como “estudos da ordem da relação mais ampla com os meios de comunicação, sua presença no cotidiano pautando tempos, espaços, relações, percepções etc” (TOALDO; JACKS, 2013, p. 8). Além disso, “existe aí [no consumo] uma pluralidade de textos e não um texto específico para ser decifrado” (RONSINI, 2010, p. 3), como no caso desta dissertação que não aborda um texto específico e sim a relação mais ampla com os meios. O consumo é então “a interpretação que o investigador faz das práticas do investigado, isto é, do uso dos bens na rotina de quem usufrui deles [...]” (RONSINI, 2010, p. 3), neste caso as práticas de jovens relacionadas à mídia.

Diante das discussões sobre o consumo e sua relação também com a mídia, concordamos e entendemos o consumo como um processo complexo estabelecido entre as trocas cotidianas impregnadas de significados construídos a partir do contexto no qual se está inserido, considerando também aspectos dessa sociedade – como a própria globalização, sentimentos de pertencimento e identitários constituídos pelo atravessamento da cultura, como discutido no início deste capítulo.

O consumo midiático é visto então como a apropriação dos produtos oferecidos pela mídia – programas televisivos ou radiofônicos, conteúdos que circulam nas redes sociais digitais, informações veiculadas pelos meios de comunicação etc. – pensado a partir do lugar de fala de quem consome esses produtos, seu contexto sociocultural, e das implicações das mediações nesse processo. “[...] um trabalho sobre consumo sugere um olhar mais amplo, de orientação transversal em relação à totalidade de conteúdos midiáticos que se consome, podendo-se também recortar em um meio ou uma temática, por exemplo” (SCHMITZ, 2013, p. 96).

Entendendo que o consumo midiático é indissociável da convergência, também vista sob a perspectiva cultural (QUINN, 2006; JENKINS, 2009), passamos a discutir o conceito de convergência e a evolução de sua aplicabilidade.

4.1 A CONVERGÊNCIA A PARTIR DE TRANSFORMAÇÕES COMUNICATIVAS E CULTURAIS

“[...] a votação lá do Impeachment, eu assisti comentando no WhatsApp, comentando no Facebook, antes quando eu tinha Twitter via no Twitter também, mas agora tá abandonado, né?”
Jovem evangélica, 21 anos (2016)

Quando se discute o consumo midiático é impossível desconsiderar a convergência de meios que está ligada aos conteúdos que o público consome e faz circular em diferentes plataformas. Muitos jovens, como mostra o depoimento acima, estão conectados em mais de uma rede e recebendo, ao mesmo tempo em que fazem circular, informações em diferentes meios. Porém, além da convergência de meios, procuramos discutir a convergência cultural que também está associada ao consumo, principalmente em sua abordagem como processo complexificado dentro da constituição social, considerando também os atravessamentos da cultura.

As primeiras discussões científicas sobre convergência e a necessidade de adaptação do mercado às suas audiências é atribuído por Henry Jenkins (2009, p. 37) ao cientista político Ithiel de Sola Pool: “seu *Technologies of Freedom* (1983) foi provavelmente o primeiro livro a delinear o conceito de convergência como um poder de transformação dentro das indústrias midiáticas”.

Ao abordar que modos de comunicação eletrônicos estão se movendo para o centro do palco, Pool (1983) aponta que “a mudança fundamental das tecnologias,

na raiz das mudanças sociais, é que a comunicação, diferente da conversa face a face, está se tornando predominantemente eletrônica”⁴⁷ (POOL, 1983, p. 6, tradução nossa).

O autor também é citado por Lorena Péret Teixeira Tárzia (2015) quando traça os caminhos percorridos nas discussões sobre o uso do termo convergência, das mudanças nas rotinas produtivas até a circulação de mensagens a partir de apropriações do público, e auxilia na reflexão sobre o avanço do debate:

As teorias sobre convergência de mídias avançaram da integração sistêmica eletrônica, característica da década de 1970, na qual se baseia Pool (1983); cruzaram obras de autores como Nicholas Negroponte (1995), centrada na visão de uma sobreposição industrial característica dos anos de 1980; Pierre Lévy (1993) e as discussões sobre mídias múltiplas e internet, nos anos de 1990; Henry Jenkins (2006) e as mudanças políticas, econômicas, culturais e sociais nos anos 2000; até as propostas de compreender as formas estendidas de narrativas transmídia (JENKINS, 2006⁴⁸; SCOLARI, 2013⁴⁹) e mídia propagável de Jenkins, Green e Ford (2014). (TÁRCIA, 2015, p. 14-15).

No processo de convergência surge a discussão sobre a extinção de alguns meios, como o jornal impresso, porém, há características e especificidades que se sobressaem de um meio para o outro – mas isso não quer dizer que os meios ditos tradicionais saiam ilesos à competição mercadológica (PRIMO, 2010). “E mais instigante é perceber que esses diferentes suportes tecnológicos não se excluem, ao contrário, se complementam em processos de **inter e multi** relacionamentos, criam a necessidade do que se denomina de convergência mediática” (SOUSA, 2000, p. 77, grifos do autor).

Alex Primo (2010) lembra ainda que o surgimento da cultura da convergência, numa discussão sobre a produção cooperativa, não é invenção da Internet, sendo apenas reforçada por ela, com a presença de um público acostumado a interagir ativamente. “Mesmo que boicotes à programação televisiva ou a um periódico impresso, por exemplo, ocorressem antes da popularização da

⁴⁷ “The key technologies change, at the root of the social changes, is that communication, other than conversation face to face, is becoming overwhelmingly electronic” (POOL, 1983, p. 6).

⁴⁸ JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Susana Alexandria, 2006.

⁴⁹ SCOLARI, Carlos Alberto. **Transmedia para além da ficção**. Belo Horizonte: Centro Universitário de Belo Horizonte, 2013. Palestra.

informática, é a conexão global, instantânea e ponto a ponto que faz emergir novas formas de interação com as mídias e através delas” (PRIMO, 2010, p. 24).

Ao considerar a convergência e a tecnologia, Orozco Gómez (2006) sugere que todos os meios coexistam constituindo ecossistemas comunicativos cada vez mais complexos, lembrando que a chegada de um novo meio ou tecnologia não supõe necessariamente e nem imediatamente a sobreposição do anterior (OROZCO GÓMEZ, 2006). “Primeiro, porque cada meio ou tecnologia é muito mais que isso. Sua transformação então envolve outros fatores, além dos estritamente técnicos ou instrumentais” (OROZCO GÓMEZ, 2006, p. 84).

A convergência afetou as rotinas produtivas dos profissionais de comunicação, trazendo novas funções e extinguindo outras – numa tentativa de acompanhar os fluxos comunicativos desse cenário midiático e comunicativo. Já em 2011, num estudo sobre o jornal *Gazeta do Povo*, de Curitiba (PR), e o espanhol *La Vanguardia*, situado em Barcelona, Claudia Irene de Quadros e Itanel de Bastos Quadros Jr. (2011) apontavam novas funções dos profissionais de comunicação.

Nas redações também surgem novos espaços de atuação: os coordenadores de redes sociais. Enquanto em alguns jornais o acompanhamento e o diálogo com leitores são mantidos pela iniciativa de um ou de outro editor, como observamos na *Gazeta do Povo*, em outros já existe uma equipe para fazer este trabalho como parte obrigatória do processo de produção. No *La Vanguardia* um coordenador de redes sociais digitais é responsável por desenhar as estratégias que procuram manter o contato com o público. (QUADROS E QUADROS, 2011, p. 9-10).

Hoje o reflexo da convergência ainda pode ser visto nas redações com o acúmulo de funções e a exigência de profissionais cada vez mais multimídia, acarretado também pelas tentativas de integrar e desintegrar equipes de Internet e jornal impresso ou outros meios ditos tradicionais, por exemplo.

Quando reflete sobre as mudanças nas rotinas de profissionais que trabalham com a convergência, numa coletânea de entrevistas, Stephen Quinn (2006) também aborda os comportamentos dos consumidores. “Assim como estão usando muito mais meios de comunicação, as pessoas estão usando-os de várias maneiras para caber tudo em seus dias ocupados”⁵⁰ (QUINN, 2006, p. 11, tradução nossa). Essa afirmação pode ser associada quando os jovens evangélicos relatam,

⁵⁰ “As well as using a lot more media, people are using them in multiple ways to fit everything into their busy days” (QUINN, 2006, p. 11).

por exemplo, que ouvem rádio normalmente apenas no carro no caminho ao trabalho, e que no ambiente corporativo deixam as redes sociais digitais abertas também para atividades empresariais.

A convergência de meios também é associada por Canclini (2008) aos modos de acesso aos bens culturais e às formas de comunicação:

As fusões multimídia e as concentrações de empresas na produção de cultura correspondem, no consumo cultural, à integração de rádio, televisão, música, notícias, livros, revistas e Internet. Devido à convergência digital desses meios, são reorganizados os modos de acesso aos bens culturais e às formas de comunicação. (CANCLINI, 2008, p. 33, grifos do autor).

Diante da convergência de meios e do olhar para o processo de convergência a partir de transformações culturais do próprio público em suas interações sociais com os outros (JENKINS, 2009), concordamos com Tárzia (2015) quando considera a fluidez dos processos comunicativos imbricados pela convergência:

Não devemos nos esquecer de que as redes estão hoje configuradas por um *mix* muitas vezes contraditório entre o perene e o mutante, o tradicional e o inovador, diante do qual uma necessidade de definições de papéis, estados, permanências pode ser prematura, ou mesmo impossível. Talvez o que melhor defina o momento atual sejam as incertezas, a fluidez, os procedimentos em fluxo [...]. (TÁRCIA, 2015, p. 37).

Nesse sentido, podemos pensar o cenário de comunicação atual caracterizado por quatro elementos diferenciados, como observa Ariadna Fernández-Planells (2015): hiperconectividade, informação social, deslocalização e multitelas, o que envolve uma variedade de dispositivos e a forma de acesso à informação. “O ritmo contínuo de inovações tecnológicas e sua apropriação por parte dos jovens faz com que as mudanças nas rotinas midiáticas sejam constantes”⁵¹ (FERNÁNDEZ-PLANELLS, 2015, p. 372, tradução nossa).

Nesses cenários, ao conceituar a cultura da convergência, Henry Jenkins (2009) aponta que as velhas e as novas mídias colidem, a mídia corporativa e alternativa se cruzam, e o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis, num fluxo constante de informações atrelado

⁵¹ “El ritmo continuado de innovaciones tecnológicas y su apropiación por parte de las personas jóvenes hace que los cambios en las rutinas mediáticas sean constantes” (FERNÁNDEZ-PLANELLS, 2015, p. 372).

também a um papel ativo evidenciado pelo público. “Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando” (JENKINS, 2009, p. 29).

Ainda em termo de conceituação, Quinn (2006) discute a dificuldade de definir o que seria a convergência, pois há mudanças de país para país, de cultura para cultura, como dentro de um país e de organizações (QUINN, 2006): “fatores culturais são fundamentais: introduzir e gerir convergência envolve apreciar as culturas únicas para qualquer organização. A forma de convergência envolvida será um produto dessas culturas únicas”⁵² (QUINN, 2006, p. 12, tradução nossa).

Nesta dissertação, trabalhamos com a convergência de meios e cultural associada ao entendimento multidisciplinar do consumo (CANCLINI, 2015), neste caso o midiático, e as mediações atravessadas por todas as formas de comunicação.

A convergência pode ser observada em diferentes ambientes de consumo midiático (trabalho, escola, universidade, igreja, casa de semiliberdade, espaços de lazer) quando os jovens recebem conteúdos em diferentes plataformas, principalmente por dispositivos móveis e pelas redes sociais digitais – e em alguns casos relatam buscar mais informações em diferentes meios – e no contato com mais de um meio ao mesmo tempo. Além disso, a convergência pode ser notada também na maneira como a juventude se apropria dos conteúdos e insere a mídia em suas atividades cotidianas.

4.1.1 Circulação e apropriação de conteúdos no cenário midiático

A troca e conexão entre as pessoas em diferentes grupos sociais pode ser observada na sociedade desde sua constituição inicial e antiga, muito antes da inserção da tecnologia em suas práticas cotidianas e das próprias redes sociais digitais, que apenas evidenciaram a circulação de conteúdos. Como nos lembra John B. Thompson (2013, p. 35), “em todas as sociedades os seres humanos se ocupam da produção e do intercâmbio de informações e de conteúdo simbólico”, o

⁵² “Cultural factors are paramount: Introducing and managing convergence involves appreciating the cultures unique to any organization. The form of convergence that involves will be a product of those unique cultures” (QUINN, 2006, p. 12).

que acontecia de maneiras diferentes do que pode ser visto hoje, mas isso não quer dizer que não havia essa relação de trocas entre os indivíduos.

Desde as mais antigas formas de comunicação gestual e de uso da linguagem até os mais recentes desenvolvimentos na tecnologia computacional, a produção, o armazenamento e a circulação de informação e conteúdo simbólico têm sido aspectos centrais da vida social. (THOMPSON, 2013, p. 35).

Diante do cenário midiático convergente contemporâneo, Henry Jenkins, Sam Ford e Joshua Green (2014) sugerem um modelo de propagabilidade que estimula a circulação de conteúdo por parte de um público ativo, que já não atenta mais apenas para o produtor da informação, mas para quem compartilhou e quais foram os interesses de propagação.

Nesse modelo que seria novo e diferente do que se costumava pensar sobre circulação de conteúdos de uma mídia viral – que infecta o público que não refletiria a respeito do material colocado em circulação –, “o público tem um papel ativo na ‘propagação’ de conteúdos, em vez de somente servir como portador passivo da mídia viral: suas escolhas, seus investimentos, seus interesses e propósitos, assim como suas ações, determinam o que ganha valor” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 47).

Ao ter acesso ao link de uma notícia nas redes sociais digitais, por exemplo, o internauta observa o que o amigo que a compartilhou quis transmitir além da fonte inicial (o meio de comunicação) e reflete sobre os motivos que o levariam a fazer recircular o conteúdo, agregando valor ou não ao que recebeu (JENKINS; FORD; GREEN, 2014). Esse caso pode ser notado quando os jovens dizem que compartilham conteúdos direcionados para amigos em conversas privadas ou em grupos do WhatsApp, ou quando relatam que confiam mais na informação compartilhada por pessoas próximas. “Pra mim, realidade é só o que vejo. Ou quando alguém da minha família diz”, afirma um jovem em conflito com a lei (2016), de 19 anos.

Além de critérios sociais de escolhas do que circula e recircula nas redes, os ambientes de produção dos conteúdos devem ter condições favoráveis para estimular a propagação das informações e imagens, como facilidades técnicas para compartilhamentos (JENKINS; FORD; GREEN, 2014).

Os autores ainda consideram que na cultura conectada em rede, não é possível identificar uma causa isolada que leve as pessoas a propagar informações, sendo que tomamos uma série de decisões de cunho social quando difundimos algum texto na mídia (JENKINS; FORD; GREEN, 2014), mesmo que isso aconteça muitas vezes como que automaticamente, sem elencar as respostas de questões específicas. Algumas questões de reflexão antes de fazer circular algum conteúdo nas redes seriam:

Vale a pena se engajar neste conteúdo? Vale a pena compartilhar? É de interesse para algumas pessoas específicas? Comunica algo sobre mim ou sobre meu relacionamento com essas pessoas? Qual é a melhor plataforma para espalhar essa informação? Será que deve circular com uma mensagem especial anexada? (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 37).

Os sentimentos e valores de cada um influenciam também nas percepções do que seria o mundo virtual, direcionando escolhas e fazendo parte de uma construção (LÉVY, 2001).

Sabemos que o menor de nossos pensamentos influencia nossos atos, que nossos atos influenciam nossas percepções, que nossas percepções influenciam nossos pensamentos e que nossa vida impermanente se engendra nesse instável turbilhão. Para a consciência, suas sensações, seus desejos, sua imaginação, suas inferências, seu discurso perpétuo e plural, sua lógica, seu delírio de significação, sua busca de sentido, para a consciência, insisto, o mundo é virtual. Virtual, no caso, quer dizer integralmente vivo: o mundo pode crescer por aqui ou por ali, na medida em que a atenção se coloca aqui ou ali. (LÉVY, 2001, p. 137).

Assim, podemos pensar também a apropriação de conteúdos envolvida pelos valores, significações e sentimentos de cada pessoa – uma subjetividade que ao mesmo tempo é cercada pela coletividade de experiências vivenciadas no contexto no qual se está inserido.

Há uma história pessoal, mas muito daquilo que escutamos, nossos gostos, nossas concepções do mundo, não são individuais, são coletivos. Tem a ver com a classe social, com grupo familiar, tem a ver com a região da qual procede ou onde vive, elementos raciais, elementos étnicos, idade. Os jovens não ouvem rádio como ouvem os adultos. Eu penso que há uma maneira individual, mas essa maneira individual está impregnada, moldada, por uma série de dimensões culturais, que são coletivas. (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 155).

Thompson (2013, p. 64) também enfatiza “[...] a importância de pensar nos meios de comunicação em relação aos contextos sociais práticos nos quais os indivíduos produzem e recebem as formas simbólicas mediadas”. Nesta dissertação, consideramos os contextos sociais nos quais os jovens estão inseridos estudando o consumo midiático de uma juventude com realidades distintas, mas que também se atravessam em algumas situações a partir de experiências individuais e coletivas.

Ao refletir sobre o consumo midiático e o contexto dos jovens ante a convergência de meios, deparamo-nos com as mediações que permeiam tanto os processos comunicativos dos jovens como os de consumo midiático.

“recepção” não pode ser entendida como uma mera recepção, mas como uma interação, sempre mediada de várias fontes e contextualizada material, cognitiva e emocionalmente, que se desenrola ao longo de um processo complexo localizado em vários cenários e que inclui estratégias e negociações dos sujeitos com os meios de comunicação que resultam apropriações variadas que vão desde a mera reprodução até a resistência e contestação⁵³. (OROZCO GÓMEZ, 2001, p. 23, tradução nossa).

Concordamos com Orozco Gómez (2001) quando considera a recepção mediada por várias fontes e contextualizada num processo complexo. Por isso, recortamos esta pesquisa para o consumo midiático com definições teórico-metodológicas construídas a partir do contato com o campo, conforme discutido anteriormente, com dificuldades, avanços, retornos, desapegos e reflexões ao longo de todo o processo – considerando também a restrição temporal da realização do mestrado.

No tópico a seguir, passamos a discutir alguns aspectos das imagens num mundo mediado por telas (OROZCO GÓMEZ, 2014) já que há uma intensa circulação e presença de imagens no consumo midiático dos jovens em contexto de convergência.

⁵³ “‘recepción’ no puede entenderse como mero recibimiento, sino como una interacción, siempre mediada desde diversas fuentes y contextualizada material, cognitiva y emocionalmente, que se despliega a lo largo de un proceso complejo situado en varios escenarios y que incluye estrategias y negociaciones de los sujetos con el referente mediático de la que resultan apropiaciones variadas que van desde la mera reproducción hasta la resistencia y la contestación” (OROZCO GÓMEZ, 2001, p. 23).

4.1.2 As imagens num atravessamento pelo consumo midiático em contexto de convergência

No consumo midiático em contexto de convergência é comum a circulação e apropriação de imagens em diferentes contextos e situações e com diversas finalidades, como pode ser visto no depoimento a seguir. “Eu uso muito também nas aulas o YouTube. Muito, muito... muito, muito, muito mesmo. [...] Se você não pode ir lá, você pode ver pelo menos como é. [...] E também no dia a dia, eu uso bastante pra música, ouvir pregação...”. A jovem evangélica (2016), de 25 anos, que relatou a presença do YouTube no seu dia a dia é pedagoga e o consumo de imagens pode ser relacionado a uma educação visual, que ocorre dentro da própria sala de aula nesse caso e diante das telas às quais estamos expostos em diferentes ambientes e situações da vida cotidiana.

Orozco Gómez (2014) relaciona as características das audiências com um mundo sempre mediado por telas, o que se reflete na presença constante de imagens também diante do consumo midiático. “Ser audiência significou e significa interagir com a informação e com o mundo sempre mediados por telas, sejam estas grandes, pequenas, intermediárias, massivas ou pessoais, fixas ou portáteis, unidirecionais ou interativas” (OROZCO GÓMEZ, 2014, p. 53).

As imagens que consumimos e são pulverizadas pela mídia fazem parte do processo de educação visual e da memória, educando-nos a ver recortes e repetições e propondo a constituição do nosso próprio imaginário. Nesse contexto, Malena Segura Contrera (2010, p. 70) atribui poder à mídia: “sem dúvida essa sociedade tem como viabilizadores desse novo ethos do entretenimento os meios de comunicação eletrônicos e o universo imaginário por eles proposto. Nesse caso um imaginário que propõe reatualizar a ideia da *onipresença* divina” (grifo nosso).

Já Norval Baitello Junior (2005, p. 54) se refere a um grande repositório: “as imagens que povoam nossos meios imagéticos se constituem, em grande parte, de ecos, repetições e reproduções de outras imagens, a partir do consumo das imagens presentes no grande repositório”.

A televisão aparece como meio mais consumido pela população nacional conforme a Pesquisa Brasileira de Mídia 2016⁵⁴, da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, e as narrativas midiáticas às quais a sociedade

⁵⁴ A amostra total foi de 15.050 entrevistas.

está exposta diariamente também constituem a formação de uma memória coletiva (COUTINHO, 2003). “É pela narração que se constroem os mitos e com eles a memória dos homens” (COUTINHO, 2003, p. 27). Podemos citar também o consumo e emissão de imagens cada vez mais presente no cotidiano das pessoas numa integração de redes sociais digitais que estimulam a divulgação de imagens, como o YouTube, Instagram, Snapchat, Pinterest.

A nova sociedade não vive mais de pessoas, feitas de corpos e vínculos, ela se sustenta sobre os pilares de uma infinita “serial imagery”, uma sequência infindável de imagens, sempre idênticas. O admirável e desejável já não é mais a diferença, mas a absoluta semelhança. Não mais a capacidade criativa e adaptativa é o que se sobressai, mas sim a necessidade de pertencimento. (BAITELLO JUNIOR, 2005, p. 51).

E à necessidade de presença nas redes sociais digitais também por meio da divulgação e consumo de imagens que está atrelado o sentimento de pertencimento no discurso dos jovens pesquisados neste trabalho. “Também pra saber da vida dos outros (risos)”, disse uma jovem evangélica (2016) de 21 anos quando comentava as motivações de ter perfis no Facebook, Snapchat, Instagram, WhatsApp.

O consumo, produção e circulação de imagens ganhou força com o surgimento de diferentes redes sociais digitais e o crescimento de perfis nessas redes. Baitello Junior (2005, p. 53) explica que “desde que passamos da sociedade entômica [*entomon* quer dizer em grego dividido, partido. A sociedade entômica seria funcionalista e maquinica] para a sociedade imagética, um outro fenômeno passou a se tornar mais evidente, o fenômeno da iconofagia, a devoração de imagens, juntamente com a voracidade por imagens e a gula das próprias imagens”.

Quando sugere a era da iconofagia, Baitello Junior (2005) apresenta quatro devorações: corpos devoram corpos, imagens devoram imagens, corpos devoram imagens e imagens devoram corpos.

Alimentar-se de imagens significa alimentar imagens, conferindo-lhes substância, emprestando-lhes os corpos. Significa entrar dentro delas e transformar-se em personagem (recorde-se aqui a origem da palavra “persona” como “máscara de teatro”). Ao contrário de uma apropriação, trata-se aqui de uma expropriação de si mesmo. (BAITELLO JUNIOR, 2005, p. 97).

As imagens que devoram corpos podem ser associadas às selfies divulgadas nas redes sociais digitais ou mesmo apenas feitas pelas câmeras

celulares. Essa “gula” por imagens pode ser associada à própria busca de informação. Os jovens evangélicos e em conflito com a lei, por exemplo, também relataram que muitas vezes verificam uma notícia ou algo lhes chama atenção primeiramente pela imagem atrelada ao conteúdo.

Contrera (2010, p. 64) traz ainda o conceito de mediosfera, que “é caracterizada por uma geração de conteúdos a partir desse processo centrado na produção do máximo de emissão, e do mínimo de sentido”. O sentido mínimo pode se dar muitas vezes pelo contato superficial com os conteúdos em circulação, apesar de alguns jovens terem relatado que procuram saber mais sobre as notícias de seus interesses.

A circulação de informações e conteúdos nas redes sociais digitais reflete uma sociedade da emissão, que “faz com que as imagens que os homens fazem de si mesmos seja seu novo capital, nesse processo no qual mais do que a produção de si, o que vemos é a transformação do ‘si mesmo’ em capital (do giro)” (CONTRERA, 2010, p. 64). A emissão de imagens e conteúdos postados nas redes sociais digitais e outros meios está atrelada, dessa forma, à convergência de meios e à convergência cultural, que circunda as formas de comunicação e consumo midiático, neste trabalho, da juventude pesquisada.

A partir das discussões teóricas sobre mediações, consumo midiático e convergência passamos a analisar como se dá o consumo midiático de jovens a partir do contexto das mediações diante da transformação da comunicação, conforme problema de pesquisa desta dissertação.

5 “TIPO, O DIA INTEIRO, NÉ?”: RESULTADOS E ANÁLISE DAS MEDIAÇÕES NO CONSUMO MIDIÁTICO DOS JOVENS PESQUISADOS

A expressão que titula esta dissertação e abre a discussão para este capítulo aparece algumas vezes nos discursos dos jovens pesquisados durante os grupos focais e as entrevistas em profundidade. Podemos associar que o consumo midiático dos jovens é “tipo, o dia inteiro, né?”, como também as mediações que atravessam esse consumo. Exemplo disso é o depoimento durante o grupo focal do jovem em conflito com a lei (JCL) 11, de 19 anos: “quando eu ‘tô’ em casa é Netflix⁵⁵ **o dia inteiro**... ou Sport TV⁵⁶. [...] aí quando não é isso é internet também” (JCL11, 2016). Outra afirmação durante grupo focal, desta vez da jovem evangélica (JE) 6, de 21 anos, demonstra essa relação: “eu fico no WhatsApp **o dia inteiro**. Porque daí eu abro na web. E daí até porque no trabalho tem que fazer outras coisas e daí eu já aproveito, né?” (JE6, 2016).

Ainda durante os grupos focais, os jovens relataram o uso de várias redes sociais digitais e acesso à internet ao mesmo tempo em que consomem outras mídias. Há predominância do uso do celular e da internet em ambos os grupos – jovens em conflito com a lei e jovens evangélicos. A Pesquisa Brasileira de Mídia 2015⁵⁷: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira, divulgada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, reforça a ligação da juventude com a internet se comparada a outras faixas etárias.

Segundo os dados levantados, 65% dos jovens de 16 a 25 anos se conectam diariamente, em média 5h51min durante a semana, contra 4% e 2h53min dos usuários com 65 anos ou mais. O tamanho total da amostra foi de 18.312 entrevistas, distribuídas em todo o país. Esses dados quantitativos podem ser

⁵⁵ Provedora global de filmes e séries de televisão via streaming criada há dez anos e presente em 130 países – no Brasil há cinco anos. O serviço é pioneiro de vídeo *online* por assinatura. Em janeiro de 2017, a Netflix anunciou crescimento de 7,05 milhões de assinantes no último trimestre de 2016, chegando a um total de 93,8 milhões. Disponível em: <<https://goo.gl/vlf72l>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁵⁶ Canal criado em 1991, pertencente à Globosat Programadora Ltda., com programas e eventos esportivos nacionais e internacionais. Disponível em: <<https://goo.gl/xSw47R>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁵⁷ A Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 não traz dados por faixa etária, mas aponta que 50% dos entrevistados acessam a internet diariamente – a amostra total foi de 15.050 entrevistas.

contrastados com as realidades em que os jovens vivem, os contextos nos quais consomem mídia e como isso afeta as práticas cotidianas deles.

Os jovens vivem hoje a emergência de novas sensibilidades, dotadas de uma especial empatia com a cultura tecnológica, que vai da informação absorvida pelo adolescente em sua relação com a televisão à facilidade para entrar e mover-se na complexidade das redes informáticas. (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 66).

O intenso consumo de internet também é apontado na pesquisa nacional sobre consumo midiático entre jovens em tempo de convergência, aplicada em capitais brasileiras, coordenada por Nilda Jacks. No Paraná, 79,6% de estudantes da rede pública de ensino e 99% de estudantes da rede privada de ensino utilizaram a internet no período de referência dos últimos três meses da pesquisa em 2011 (JACKS; TOALDO, 2014, p. 253). A pesquisa ainda mostra que, no mesmo período de referência de três meses, estudantes paranaenses utilizaram mais internet (83,8%) do que não estudantes (42%) – já a posse de telefone móvel é similar entre estudantes (68,7%) e não estudantes (70,9%) do Paraná (JACKS; TOALDO, 2014, p. 254).

Nesta pesquisa de dissertação, além de verificar o consumo midiático de dois grupos de jovens em tempo de convergência, analisamos de que forma as mediações permeiam esse consumo midiático. Os relatos dos jovens durante os grupos focais mostram que as mediações atravessam de maneira intensa o consumo midiático, abarcando possibilidades em algumas situações e limitações em outros casos – as entrevistas em profundidade e a etnografia virtual no Facebook também evidenciam as mediações no consumo midiático dos jovens, conforme detalhado mais adiante (tópicos 5.1 e 5.2, respectivamente). Percebemos ainda que o consumo midiático está relacionado a questões de classe, religião e família – a última aparece em muitos relatos durante a pesquisa e em *posts* dos jovens no Facebook.

Os quatro grupos focais desta pesquisa de dissertação não diferem muito entre si quando se fala de quais meios os jovens consomem. Porém, há mudanças na forma em que as mediações atravessam o consumo midiático e na apropriação dos conteúdos. A maior semelhança no consumo midiático dos dois grupos de

jovens é o contato com a **internet** e as **redes sociais digitais**. WhatsApp⁵⁸ e Facebook⁵⁹ são as redes mais usadas em ambos os grupos. Percebemos que os jovens evangélicos possuem uma diversidade maior de perfis nas redes do que os jovens em conflito com a lei, o que pode estar relacionado ao fato de esse último grupo não se expor tanto por conta da situação de estar em conflito com a lei.

Todos os jovens em conflito com a lei que participaram dos grupos focais têm perfis no Facebook e apenas dois não usam WhatsApp. Cinco têm perfil no Instagram⁶⁰, três no Snapchat⁶¹ e um no Twitter⁶². Além disso, três jovens acessam YouTube⁶³. Já a maioria dos jovens evangélicos tem perfis no Facebook, WhatsApp, Snapchat e Instagram – apenas um só usa Facebook e WhatsApp e outro só usa WhatsApp. Além disso, cinco têm perfil no Pinterest⁶⁴, dois no Twitter, dois no LinkedIn⁶⁵ e um no Telegram⁶⁶. O YouTube ainda foi citado sendo usado por três jovens em conflito com a lei e três jovens evangélicos.

Os depoimentos dos jovens sobre o motivo de estarem nas redes sociais evidenciam a mediação de socialidade, que abarca as relações cotidianas e a constituição dos sujeitos e identidades (MARTÍN-BARBERO, 2004), quando afirmam que utilizam as redes para manter contatos – dados preliminares de pesquisa nacional sobre consumo midiático de jovens também mostram que, na região Sul (Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul), a principal utilização do Facebook entre os jovens é para manter contato com amigos e familiares (JACKS et al., 2014):

Somente pra mexer, pra ver as coisas, as fotos das pessoas, algum amigo... menos conversando pra tomar um gole assim... pra se comunicar, né? Pra se comunicar com meus amigos. (JCL6, 2016), 18 anos, sobre o uso do Facebook.

⁵⁸ Disponível em: <www.whatsapp.com>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁵⁹ Disponível em: <www.facebook.com>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁶⁰ Disponível em: <www.instagram.com>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁶¹ Disponível em: <www.snapchat.com>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁶² Disponível em: <twitter.com>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁶³ Disponível em: <www.youtube.com>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁶⁴ Disponível em: <br.pinterest.com>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁶⁵ Disponível em: <www.linkedin.com>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁶⁶ Disponível em: <telegram.org>. Acesso em: 3 abr. 2017.

Então, na verdade, eu já excluí o Facebook uma vez. Só que por causa da faculdade eu fiz de novo. Porque tem muita informação... tem muita informação no Facebook, tipo, de prova, sei lá, o professor faltou, aí vai pro Facebook. Aí eu tive que fazer porque tinha grupo lá da minha sala. (JE4, 2016), 23 anos, sobre o uso do Facebook.

Ninguém falava com ninguém. Passamo [sic] a noite inteira assim, conversando assim... só no WhatsApp assim. (JCL11, 19 anos), sobre a comunicação entre os amigos numa festa.

WhatsApp pra ter contato com as pessoas, né? Principalmente da célula [da igreja]. Então, é pra isso. (JE2, 27 anos), sobre o uso do WhatsApp.

Ainda como exemplo da mediação de socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) podemos observar os depoimentos de dois jovens, um de cada grupo pesquisado, quando apontam questões de identidade e a necessidade de presença nas redes para compartilhar informações com as pessoas da convivência cotidiana. Os dois jovens saíram e voltaram ao Facebook e comentam as motivações do uso da rede social:

Voltei [ao Facebook], né? Inclusive, porque... fiquei com saudade. (risos) Não compartilho nada de útil também no Facebook, é mais pra, tipo, vê grupo, vê... não sei, não entro muito no Face. É mais pra estar lá. Daí, enfim, não compartilho nada de útil, resumindo. É mais a minha vida, assim. E também, tipo, se eu vejo uma coisa interessante, eu falo no Whats: "nossa, vocês viram que aconteceu isso?" [...] Ainda mais em grupo, daí todo mundo fala assim. Porque hoje em dia todo mundo tem um milhão de grupos, né? (JE6, 2016), 21 anos.

Tinha muito... muita besteira no meu Facebook, né? Daí depois que eu... nunca fiquei tanto tempo preso, né? Que nem eu fiquei esse tempo aí [cerca de um ano no Educandário São Francisco, em Piraquara (PR)]. Daí mudei meus pensamentos, né? Daí desativei meu Facebook. Vô [sic] começar um Facebook novo. [...] Eu magoei algumas pessoas que eu tenho no meu Facebook, né? E daí às vezes eu vejo a pessoa lá, e daí mexe com meu coração, né? Aí eu falei: "vô [sic] excluí, né? Vou desativar minha conta". (JCL8, 2016), 19 anos.

A internet e as redes sociais digitais são acessadas principalmente por meio do celular em ambos os grupos. Apenas um jovem em conflito com a lei acessa a internet em lan house ou na casa da namorada, o que remete à questão de classe. Por outro lado, um dos jovens em conflito com a lei afirma gastar mensalmente R\$ 258 com um plano de internet.

Eu gosto de mexer no YouTube, né? Quando eu tenho... esse final de semana eu fui com o meu irmãozinho na lan house, né? Minha mãe tem Wi-Fi na casa dela, mas não tem computador, tem celular, mas eu nem gosto de mexer no celular deles, né? (JCL8, 2016), 19 anos.

Eu gasto, eu gasto por mês com internet mais de 100 reais. Eu tenho um plano de celular de 50 reais, só que não dá um giga e meia pra mim de internet, não venceu... aí eu, eu fiz outro plano, né? Que é de três... três giga, só que aí a internet não trava. Se acabar o pacote ela continua, mas lenta, né?... aí é 258 por mês. Eu sou bem interneteiro mesmo. (risos). (JCL11, 2016), 19 anos.

O uso intenso do celular entre os demais participantes da pesquisa pode ser visto nos depoimentos a seguir – os jovens evangélicos tinham os celulares nas mãos ou em cima da mesa durante a aplicação dos grupos focais. “Eu carrego o carregador [do celular] no bolso” (JCL11, 2016), 19 anos. “Celular é vida” (JE9, 2016), 29 anos. Além da questão de classe, percebemos a religião presente no consumo de internet, como mostra o depoimento da JE1 (2016), 25 anos: “eu particularmente gosto bastante de ouvir pregações no YouTube”.

No consumo de redes sociais digitais e do celular ainda percebemos as mediações de ritualidade, tecnicidade e institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) e a individual (OROZCO GÓMEZ, 1994). A mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) pode ser observada no uso da internet e do celular por parte dos jovens em conflito com a lei, que têm restrição quanto a esse consumo midiático de segunda a sexta-feira quando estão na Casa de Semiliberdade de Curitiba.

A mediação de ritualidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) pode ser vista quando os jovens inserem rotineiramente as redes sociais no dia a dia e em momentos específicos:

Acorda e as coisas [redes sociais no celular] tá do lado aqui. Vê o Facebook, WhatsApp, daí desce, escova os dentes, come, daí faz um corre já, pra conseguir um dinheiro, aí de tarde... pra de noite ir pra balada. (risos). (JCL4, 2016), 17 anos.

Eu acordo de manhã e acho que antes de levantar já vejo meu celular. [...] E antes de dormir, tipo, praticamente com o olho fechado eu olho o Instagram. Toda noite assim, tipo, é antes de dormir, Instagram. (JE9, 2016), 29 anos.

A mediação de tecnicidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) pode ser percebida na possibilidade de instrumentos das redes sociais digitais e dos valores que os jovens atribuem a elas:

Que nem meu vô que sofreu, sofreu um derrame. Se ele, se minha vô que tá com 70 e poucos anos, se não tivesse isso [WhatsApp], ela tem problema nas pernas, como que ela ia descer correndo lá na casa da minha mãe, ir lá

falar... entende? WhatsApp... salva a vida. (JCL11, 2016), 19 anos, sobre quando o avô teve derrame e a avó avisou a mãe do jovem pelo WhatsApp.

As experiências e a cognitividade trazem a mediação individual (OROZCO GÓMEZ, 1994) no discurso de um jovem evangélico quando conta o motivo de não ter perfis em muitas redes sociais digitais:

Eu acho que... eu acho que é que nem a JE6 falou. Às vezes as pessoas perdem muito tempo com isso. E aí eu prefiro não ter. Se com o pouco que eu vejo, pouquíssimo que eu vejo e faço, eu já perco bastante tempo. Então... eu acho que ter mais uma coisa seria viver pra isso. Muita informação. Muita, muita, muita informação. Muita informação que não presta pra nada também. (JE2, 2016), 27 anos.

No consumo midiático de **televisão** percebemos diferenças nos dois grupos analisados. A televisão é muito assistida pelos jovens em conflito com a lei – aqui também podemos observar a mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) já que esse grupo tem acesso à televisão e ao rádio na Casa de Semiliberdade e restrição ao uso do celular. Já os jovens evangélicos assistem pouco à televisão e comentam que normalmente só têm contato com o meio porque a família assiste.

Os jovens em conflito com a lei assistem a programas noticiosos, futebol, novelas e filmes quando estão na Casa de Semiliberdade – a emissora mais assistida é a Rede Globo. As novelas citadas foram *Totalmente Demais*⁶⁷; *Êta Mundo Bom*⁶⁸; *Liberdade, Liberdade*⁶⁹; *Haja Coração*⁷⁰; *Velho Chico*⁷¹, todas da

⁶⁷ Novela das sete da Rede Globo escrita por Rosane Svartman e Paulo Halm, com direção de Luiz Henrique Rios, exibida de 9 de novembro de 2015 a 30 de maio de 2016. Na comédia romântica, Marina Ruy Barbosa viveu triângulo amoroso com Fábio Assunção e Juliana Paes. Disponível em: <<https://goo.gl/s8mlEL>>. Acesso em: 4 abr. 2017.

⁶⁸ Novela das seis da Rede Globo ambientada no fim dos anos 1940, escrita por Walcy Carrasco e Maria Elisa Berredo, exibida de 18 janeiro a 26 de agosto de 2016. Sergio Guizé viveu o protagonista Candinho, roceiro otimista mesmo com vários percalços em seu caminho. Disponível em: <<https://goo.gl/cnj8Df>>. Acesso em: 4 abr. 2017.

⁶⁹ Novela das 11 da Rede Globo que contou a história fictícia de Joaquina (Mel Maia/Andreia Horta), filha do herói inconfidente Tiradentes (Thiago Lacerda), que na infância assistiu à morte do pai na forca. A novela de Mario Teixeira, exibida de 11 de abril a 4 de agosto de 2016, baseada em argumento de Marcia Prates é livremente inspirada no livro *Joaquina, Filha do Tiradentes*, de Maria José de Queiroz. Disponível em: <<https://goo.gl/Ar0ekg>>. Acesso em: 4 abr. 2017.

⁷⁰ Novela das sete da Rede Globo que faz uma releitura de *Sassaricando*, trama de Silvio de Abreu, exibida pela TV Globo em 1987. Escrita por Daniel Ortiz, a proposta romântica e divertida conta a história de Tancinha, Apolo e Beto, interpretados por Mariana Ximenes, Malvino Salvador e João Baldasserini, respectivamente. A exibição foi de 31 de maio a 8 de novembro de 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/KKZRhC>>. Acesso em: 4 abr. 2017.

Rede Globo. Os programas noticiosos assistidos são Bom Dia Brasil⁷², Jornal Nacional⁷³ e Fantástico⁷⁴, da Rede Globo, e Paraná TV⁷⁵, da RPCTV, afiliada da Rede Globo; Tribuna da Massa⁷⁶, da Rede Massa – SBT; e Balanço Geral⁷⁷, da RICTV Record. Ainda citaram Pânico⁷⁸ e Jogo Aberto⁷⁹, da Band; Globo Esporte⁸⁰, Esporte Espetacular⁸¹ e Vídeo Show⁸², da Rede Globo. “Pânico assim é mais porque

⁷¹ Novela das nove da Rede Globo escrita por Edmara Barbosa e Bruno Luperi, sob a supervisão de Benedito Ruy Barbosa, e exibida de 14 de março a 30 de setembro de 2016. Velho Chico foi dividida em duas fases principais, começando no final da década de 1960 até chegar aos dias atuais. A trama foi protagonizada, nos primeiros capítulos, por Rodrigo Santoro, que teve papel assumido por Antônio Fagundes na segunda fase. Disponível em: <<https://goo.gl/M7RMZ6>>. Acesso em: 4 abr. 2017.

⁷² Telejornal matutino da TV Globo exibido de segunda a sexta-feira, às 7h30, com uma hora de duração. A primeira edição foi ao ar no dia 3 de janeiro de 1983. Disponível em: <<https://goo.gl/QLUadu>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁷³ Principal telejornal da TV Globo transmitido de segunda-feira a sábado, às 20h30, com cerca de meia hora de duração. A primeira edição foi ao ar no dia 1º de setembro de 1969. Disponível em: <<https://goo.gl/0N2yYF>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁷⁴ Programa dominical noturno em forma de revista eletrônica com jornalismo, prestação de serviços, humor, dramaturgia, documentários, música, reportagens investigativas, denúncia, ciência. Transmitido há 40 anos pela TV Globo, o Fantástico tem cerca de duas horas de duração e começa às 20h45. Disponível em: <<https://goo.gl/YUIFiL>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁷⁵ Telejornal local da RPCTV, afiliada da Rede Globo no Paraná, exibido de segunda-feira a sábado, no horário do almoço. Disponível em: <<https://goo.gl/HYgx6K>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁷⁶ Telejornal local da Rede Massa, SBT, no Paraná exibido de segunda-feira a sábado a partir do meio-dia. Disponível em: <<https://goo.gl/Un6VKp>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁷⁷ Programa da RICTV Record Paraná com jornalismo local transmitido de segunda a sexta-feira ao meio-dia. Disponível em: <<https://goo.gl/UBIXad>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁷⁸ Programa humorístico exibido aos domingos às 21h, com reprise semanal nas noites de sexta-feira. Com origem no rádio na década de 1990, o programa ganhou sua versão televisiva em 2003. Disponível em: <<https://goo.gl/p5zwGu>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁷⁹ Telejornal esportivo exibido pela Band de segunda a sexta-feira, das 11h às 13h. Disponível em: <<https://goo.gl/OiSkZT>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁸⁰ Programa esportivo exibido pela Rede Globo de segunda a sábado, às 12h50, desde 1978. Disponível em: <<https://goo.gl/3jYimS>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁸¹ Programa esportivo mais antigo da TV Globo no ar, com primeira exibição em 1973, é transmitido aos domingos às 9h30. Disponível em: <<https://goo.gl/4ICLVi>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁸² Programa que busca recuperar a história da teledramaturgia da TV Globo com informação e entretenimento. É exibido de segunda a sexta-feira, às 13h45. Disponível em: <<https://goo.gl/NDfBXx>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

é engraçado, não tem nada pra fazer, tem que assistir...” (JCL5, 2016), 17 anos. Um dos jovens ainda assiste desenhos – citou Bob Esponja Calça Quadrada⁸³.

Já no grupo de jovens evangélicos a maioria disse que não assiste televisão, sendo o contato com o meio apenas quando a família liga a televisão ou no local de trabalho – aqui podemos identificar a mediação situacional (OROZCO GÓMEZ, 1994) no caso de dois jovens que moram sozinhos e assistem apenas na residência dos pais e de uma jovem que assiste no local de trabalho. “Tipo, é, então, se eu morasse sozinha eu não ia ligar a tevê. Então, é, já tá ligado, por isso que eu vejo” (JE6, 2016), 21 anos, sobre a televisão na casa dos pais. “É que de manhã a inspetora deixa na RICTV. Daí depois das oito ela liga Ana Maria⁸⁴ [Rede Globo], aí vai todo dia. Você assiste o que a inspetora gosta de assistir” (JE1, 2016), 25 anos, sobre a televisão no local de trabalho. Um dos jovens também assiste a desenhos com preferência pela Cartoon Network. Quando assistem à televisão citaram Jornal Nacional e Mais Você, da Rede Globo; Jornal da Cultura⁸⁵, da TV Cultura; Jornal da Band⁸⁶ e Masterchef⁸⁷, da Band; Game of Thrones⁸⁸, da HBO; futebol e filmes.

As mediações de ritualidade, tecnicidade e identidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a, 2009b) e a videotecnológica (OROZCO GÓMEZ, 1994) também podem ser percebidas no contato com a televisão, permeando o consumo midiático. A mediação de ritualidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) pode ser vista na organização da rotina dos jovens para assistir a determinado programa televisivo ou conteúdos específicos. “Ah, toda quarta dez horas tem jogo. Então é programado. [...] E

⁸³ Série de animação norte-americana produzida pela Nickelodeon que teve o primeiro episódio oficial em julho de 1999. Na animação, Bob Esponja Calça Quadrada, uma esponja-do-mar, mora com seu caracol de estimação na Fenda do Biquíni, no fundo do oceano. Disponível em: <<https://goo.gl/O5Wafd>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁸⁴ Programa Mais Você, da Rede Globo, apresentado por Ana Maria Braga desde 1999, que aborda temas como moda, culinária, comportamento, saúde e trabalho. A exibição é de segunda a sexta-feira, às 8h. Disponível em: <<https://goo.gl/ijT2MX>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁸⁵ Telejornal exibido pela TV Cultura de segunda-feira a sábado, às 21h. Disponível em: <<https://goo.gl/RydaNS>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁸⁶ Telejornal exibido pela Band de segunda-feira a sábado, às 19h20. Disponível em: <<https://goo.gl/iukBaV>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁸⁷ Reality show de culinária mundial exibido no Brasil às terças-feiras, às 22h30, pela Band e apresentado por Ana Paula Padrão. Disponível em: <<https://goo.gl/bhHq3y>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁸⁸ Série de fantasia da HBO, com adaptação da saga de livros de George R. R. Martin. Em 2016, Game of Thrones se tornou a série mais premiada da história do Emmy Awards, com 38 troféus. Disponível em: <<https://goo.gl/yFwzwq>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

Masterchef, que também é certo. Toda terça, então. Acho que é só esses dois que eu vejo certinho mesmo, com frequência. O resto eu nem sei que horas que passa” (JE4, 2016), 23 anos. “Quarta-feira é sempre a mesma rotina, assistir jogo de noite...” (JCL9, 2016), 17 anos.

Ao mesmo tempo em que aparece a mediação de ritualidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) no consumo de conteúdos específicos de televisão, podemos perceber a sobreposição das mediações de tecnicidade e identidade quando Martín-Barbero (2009b, p. 14) explica que liga “tecnicidade ao que está se movendo na direção da identidade”. Exemplo disso é a identificação de jovens em conflito com a lei com conteúdos relacionados a crimes – outros estudos como de Núbia da Cunha Simão (2012) e Luciana Bochi Dorneles (2003) também apontam a identificação de jovens e adolescentes em conflito com a lei com temas como criminalidade, drogas e violência na televisão. A mediação videotecnológica (OROZCO GÓMEZ, 1994) ainda é percebida nesse caso por conta das possibilidades de reconhecimento por meio da televisão.

Aí quando “meliante matou” não sei o que, aí todo mundo vai pra lá. (risos)
Pra saber as notícias da cidade... (JCL11, 2016), 19 anos.
Pra ver quem morreu. (JCL9, 2016), 17 anos.
Pra ver quem morreu, pra ver quem nós conhece... (JCL11, 2016), 19 anos.
Quem foi preso... (JCL10, 2016), 17 anos.

...eu não gosto muito de televisão assim, mas assisto por assistir... ver os noticiário [sic], eu gosto quando aparece alguma notícia assim do bairro lá onde minha mãe mora lá, daí eu fico meio que atento, né? Mas outras coisas eu vejo por ver, né? Às vezes eu vejo tipo... eu fui preso por roubo, né? Daí quando eu vejo alguém com roubo, isso daí já me orienta, já... (JCL8, 2016), 19 anos.

A família também aparece no consumo midiático quando os jovens dizem que se reúnem em torno da televisão para assistir a jogos de futebol e à votação do impeachment de Dilma Rousseff na Câmara dos Deputados, por exemplo.

Que meu irmão... ele... o sonho dele era comprar uma tevê de plasma, mas de 58 polegadas. Aí ele... parcelou em 30 vezes a tevê... aí ele terminou de pagar. Aí toda [sic] as coisa [sic] que tem em casa, tudo lá. Que é uma smart assim, é bem grandona assim. Fica grudada na parede, assim... tampa a parede da sala assim inteira assim. (JCL11, 2016), 19 anos.

Lá em casa é seis atleticano... e três Coxa-Branca. Aí quando é jogo do Coxa, que nem no domingo, é jogo do Coxa... a família inteira vai pro sofá pra assistir. (JCL10, 2016), 17 anos.

Podemos associar as situações com a cotidianidade familiar, lugar de mediação que Martín-Barbero (2009a, p. 295) explica que “se a televisão na América Latina ainda tem a família como *unidade básica de audiência* é porque ela representa para a maioria das pessoas a *situação primordial de reconhecimento*” (grifos do autor). Na Casa de Semiliberdade, os outros jovens que convivem no mesmo ambiente passam a ocupar o lugar da família em torno da televisão aos fins de semana. Para assistir a determinados programas juntos, os jovens afirmam que normalmente há um consenso, mas que quando há discussão, ninguém assiste. “Vamo [sic] supor uns três quer [sic] assistir uma coisa, outros três quer [sic] assistir outra coisa, daí, tipo, os caras fica [sic] brigando, aí um vai lá e pega o cabo e ninguém assiste” (JCL4, 2016), 17 anos.

Ao contrário da televisão, enquanto a maioria dos jovens evangélicos afirma ter acesso à Netflix – somente um não assiste –, apenas dois jovens em conflito com a lei consomem Netflix – esse dado também pode estar relacionado a condições de classe. Os jovens evangélicos assistem a séries e citaram Grey's Anatomy⁸⁹, Quantico⁹⁰, The Walking Dead⁹¹, Better call Saul⁹², Mr. Robot⁹³ e Game of Thrones.

A mediação individual, cognitiva (OROZCO GÓMEZ, 1994) e a mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994), neste caso a igreja, são observadas quando uma jovem diz que não assiste nem televisão e nem Netflix porque “não é de Deus”, o que está relacionado às experiências dela.

⁸⁹ Drama médico norte-americano protagonizado por Ellen Pompeo, como doutora Meredith Grey, residente do fictício hospital cirúrgico Seattle Grace, em Seattle, Washington. Disponível em: <<https://goo.gl/RLq5T5>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

⁹⁰ Na série, um grupo diverso de recrutas chega à base do FBI para treinamento. Considerados alguns dos melhores agentes, um deles se torna suspeito de planejar o maior ataque em Nova York desde o dia 11 de setembro. Disponível em: <<https://goo.gl/t2aaAS>>. Acesso em 4 abr. 2017.

⁹¹ A série gira em torno de um Apocalipse que provoca uma infestação de zumbis na cidade de Cynthiana, em Kentucky, nos Estados Unidos, e o oficial de polícia Rick Grimes (Andrew Lincoln) descobre que os mortos-vivos estão se propagando progressivamente. Disponível em: <<https://goo.gl/Dhnzdc>>. Acesso em: 4 abr. 2017.

⁹² Série ambientada seis anos antes de Saul Goodman (Bob Odenkirk) conhecer Walter White. Depois, o homem que se tornará Saul Goodman é conhecido como Jimmy McGill, um advogado de pequenas causas procurando o próprio destino e tentando acertar sua vida financeira. Disponível em: <<https://goo.gl/ICmos7>>. Acesso em: 4 abr. 2017.

⁹³ Na série, o jovem programador Elliot (Rami Malek), que trabalha como engenheiro de segurança virtual durante o dia e como hacker vigilante durante a noite, se vê numa encruzilhada quando o líder (Christian Slater) de um misterioso grupo de hacker o recruta para destruir a firma que ele é pago para proteger. Disponível em: <<https://goo.gl/je6s1Z>>. Acesso em: 4 abr. 2017.

Não também [não assiste nem Netflix e nem televisão]. É que eu sou muito crente. (risos) Quando eu tenho tempo livre, eu leio a Bíblia, livros, outras coisas assim. [...] Eu não fico, tipo, no Netflix, essas coisas... Não é de Deus. (JE9, 2016), 29 anos.
 Não é mesmo de Deus. É difícil achar um filme de Deus lá [Netflix]. (JE11, 2016), 25 anos.

Outros meios ainda são consumidos pelos jovens em conflito com a lei e pelos evangélicos. O **rádio**, por exemplo, aparece no consumo midiático de ambos os grupos pesquisados, porém, há diferenças entre eles. Enquanto todos os jovens em conflito com a lei ouvem rádio na Casa de Semiliberdade – mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) –, cinco jovens evangélicos escutam rádio e apenas enquanto dirigem e uma delas quando está com o pai no carro – mediação de ritualidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a). Essa situação também pode estar relacionada a condições de classe. Dois jovens evangélicos ainda citaram que têm Spotify⁹⁴. Outra diferença é nas emissoras sintonizadas pelos grupos. Os jovens em conflito com a lei falaram que ouvem 98 FM⁹⁵ e Jovem Pan FM⁹⁶ – um jovem disse que ouve Maringá FM⁹⁷, Mix FM⁹⁸ ou Mundo Livre FM⁹⁹ aos fins de semana –, enquanto os jovens evangélicos sintonizam CBN FM¹⁰⁰ e Band News FM¹⁰¹ em busca de informação.

⁹⁴ Serviço de música digital pago.

⁹⁵ Em sua página no Facebook, a rádio 98 FM de Curitiba, que integra o Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCOM), descreve que “o ouvinte encontra uma mistura de informação, entretenimento e muita música boa” e que “chega aos celulares, casas e carros de mais de 600 mil de ouvintes por mês”. Disponível em: <<https://goo.gl/7mNWcb>>. Acesso em: 4 abr. 2017.

⁹⁶ Lançada em 1994, a Jovem Pan FM de Curitiba, plataforma do Grupo RIC Paraná, descreve em sua página no Facebook que é “a rádio que está em perfeita sintonia com o mundo dos jovens. Os grandes hits musicais, os maiores shows, os programas mais divertidos e as melhores promoções”. Disponível em: <<https://goo.gl/sEj4nz>>. Acesso em: 4 abr. 2017.

⁹⁷ Fundada em 1981, a rádio de Maringá (PR) descreve em seu site que tem “uma programação recheada de sucessos com os artistas mais populares do Brasil”. Disponível em: <<https://goo.gl/lxwLvz>>. Acesso em: 4 abr. 2017.

⁹⁸ Lançada em 2011, a Mix FM de Curitiba descreve em sua página no Facebook que “Curitiba tem o melhor MIX de prêmios, humor e música! Você sintoniza 91.3 e fica por dentro de tudo que está colado na cabeça da galera!”. Disponível em: <<https://goo.gl/iYUSzo>>. Acesso em: 4 abr. 2017.

⁹⁹ Lançada em 2008, a Mundo Livre FM de Curitiba descreve em sua página no Facebook que é “uma emissora que valoriza os clássicos do rock, apresentando os grandes sons das décadas de 60, 70, 80 e 90”. Disponível em: <<https://goo.gl/X40aiB>>. Acesso em: 4 abr. 2017.

¹⁰⁰ Em sua página no Facebook, a CBN FM descreve que “é a primeira emissora de Curitiba com 24h de programação jornalística. A ‘Rádio que Toca Notícias’ entrou no ar no Paraná em 1995”. Disponível em: <<https://goo.gl/YIBXfq>>. Acesso em: 4 abr. 2017.

O consumo midiático de **jornais e revistas impressas** quase não aparece nos grupos – em pesquisa nacional sobre consumo midiático de jovens, a maioria dos paranaenses também afirma que lê raramente ou não tem o hábito de ler jornais e revistas impressas (JACKS et al., 2014). Apenas um jovem evangélico disse que os pais têm assinatura do jornal Gazeta do Povo¹⁰², de Curitiba. Mas o jovem não lê a Gazeta, porque o jornal Metro¹⁰³ é distribuído no caminho ao trabalho e às vezes ele verifica por ter “notinhas” e a leitura ser mais rápida. “Dois segundos você acabou de ler a notinha. Até eu chegar no trabalho eu terminei de ler” (JE5, 2016), 29 anos. O mesmo jovem disse que tem assinatura da revista norte-americana Wired¹⁰⁴. Outro jovem afirmou que eventualmente verifica a Gazeta do Povo no local de trabalho.

Outro aspecto observado foi que tanto os jovens em conflito com a lei quanto os evangélicos comentaram que usam **mais de uma mídia ao mesmo tempo**. Na Casa de Semiliberdade, os jovens em conflito com a lei dizem que em alguns casos deixam a televisão e o rádio ligados ao mesmo tempo e aos fins de semana assistem à televisão e usam o celular. Os jovens evangélicos afirmaram que a atenção também não é exclusiva para apenas um meio. Quando algum programa é assistido, MasterChef e futebol, por exemplo, eles acompanham as repercussões nas redes sociais digitais. O fluxo de informações em diferentes meios e a relação entre produtor e consumidor de mídia – enquanto um produz o conteúdo televisivo, o outro participa comentando por meio das redes sociais – nos remete à convergência

¹⁰¹ Em sua página no Facebook, a Band News FM Curitiba descreve que “é a primeira rede de notícias no dial em FM, com jornais atualizados a cada 20 minutos, durante as 24 horas do dia. Nossa programação é focada na informação de qualidade, na formação de opinião, e no serviço para quem vive na capital, com destaques atualizados o tempo todo do trânsito, das estradas e dos aeroportos”. Disponível em: <<https://goo.gl/emERJn>>. Acesso em: 4 abr. 2017.

¹⁰² Jornal do Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCOM), a Gazeta do Povo foi fundada em 1919. Em sua página no Facebook, o jornal descreve que “com seu horizonte focado no Paraná, a Gazeta do Povo tem paixão em conhecer como ninguém sua terra e sua gente, e o desafio de continuar a ser o maior e melhor provedor de informação, serviço e entretenimento para aqueles que vivem neste estado”. Disponível em: <<https://goo.gl/dWvzpP>>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹⁰³ No expediente da versão impressa, também disponibilizada em pdf no site, o Metro Jornal contextualiza que “circula em 23 países e tem alcance diário superior a 18 milhões de leitores. No Brasil, é uma joint venture do Grupo Bandeirantes de Comunicação e da Metro Internacional. É publicado e distribuído gratuitamente de segunda a sexta em São Paulo, ABC, Campinas, Rio de Janeiro, Curitiba, Belo Horizonte, Porto Alegre, Brasília, Espírito Santo e Maringá, somando 505 mil exemplares diários”. Disponível em: <<https://goo.gl/5AeSJr>>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹⁰⁴ Lançada em 1993 em São Francisco, Califórnia, a publicação focada em inovação, novas tecnologias e comportamento chegou ao Brasil em 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/bLgDJA>>. Acesso em: 5 abr. 2017.

cultural e de meios (JENKINS, 2009). Como aponta Jenkins (2009), na cultura da convergência as velhas e novas mídias colidem e o poder do produtor de mídia e do consumidor interagem imprevisivelmente.

Há algumas diferenças na maneira **como os jovens se informam**. Enquanto os jovens em conflito com a lei se informam principalmente pela televisão, os jovens evangélicos utilizam a internet como fonte de informação, principalmente com buscas em sites. Eles citaram que acessam Globo¹⁰⁵, Gazeta do Povo¹⁰⁶, Folha de S.Paulo¹⁰⁷, UOL¹⁰⁸, BuzzFeed¹⁰⁹, Wikipédia¹¹⁰, BBC¹¹¹, ESPN¹¹², CNN¹¹³, Fox News¹¹⁴, Wired¹¹⁵, New Yorker¹¹⁶, New York Times¹¹⁷, Atlantic¹¹⁸, El País¹¹⁹, Trivela¹²⁰, Google¹²¹. “Até tava me irritando porque agora tudo [sic] os sites quando você entra fala: ‘você já atingiu sua cota de leituras *online*’, né? Daí, nossa, que raiva. (risos) Daí eu fechava com raiva” (JE6, 2016), 21 anos. Dois jovens

¹⁰⁵ Disponível em: <www.globo.com>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹⁰⁶ Disponível em: <www.gazetadopovo.com.br>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹⁰⁷ Disponível em: <www.folha.uol.com.br>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹⁰⁸ Disponível em: <www.uol.com.br>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹⁰⁹ Disponível em: <www.buzzfeed.com>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹¹⁰ Disponível em: <pt.wikipedia.org>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹¹¹ Disponível em: <www.bbc.com/portuguese>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹¹² Disponível em: <espn.uol.com.br>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹¹³ Disponível em: <edition.cnn.com>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹¹⁴ Disponível em: <www.foxnews.com>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹¹⁵ Disponível em: <www.wired.com>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹¹⁶ Disponível em: <www.newyorker.com>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹¹⁷ Disponível em: <www.nytimes.com>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹¹⁸ Disponível em: <www.theatlantic.com>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹¹⁹ Disponível em: <brasil.elpais.com>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹²⁰ Disponível em: <trivela.uol.com.br>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹²¹ Disponível em: <www.google.com.br>. Acesso em: 5 abr. 2017.

evangélicos ainda assinam newsletter. Um dos jovens em conflito com a lei também disse que busca notícias em sites e citou G1¹²², GShow¹²³, R7¹²⁴, Globo Esporte¹²⁵.

Sobre a busca de conteúdos, um dos jovens evangélicos afirmou que acessa alguns sites “pra procurar, pra me atualizar ou pra ver coisas também no final da tarde pra ver o que aconteceu durante o dia. Mas normalmente os que eu sigo assim de, que eu gosto mais, são os que dão reportagens mais longas, assim, que tem algum assunto diferente [específico]” (JE5, 29 anos, 2016). Outro jovem disse que verifica mais de um site devido ao enfoque diferenciado de cada um: “então eu sempre acesso um pouco de cada pra... às vezes tem também um pouco uma pegada diferente em cada jornal. Os assuntos que se trata e tal ou cada site...” (JE3, 24 anos, 2016).

Três jovens em conflito com a lei e três evangélicos falaram que ainda se informam pelas redes sociais digitais. “Eu sempre vejo as notícias pelo Facebook. Tipo, esse negócio que ia bloquear o Whats hoje [19 de julho de 2016] eu não sabia. Daí eu fui no Facebook e lá explicava. Daí, tipo, nunca pelo jornal, essas coisas” (JE7, 2016), 20 anos.

A mediação de socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) também pode ser identificada na maneira como os jovens se informam em ambos os grupos quando dizem que as pessoas também são fonte de informação. O pai, a mãe, o irmão, o marido, colegas de trabalho e os vizinhos são citados como aqueles que informam aos jovens.

Como eu trabalho com muitas pessoas, então, dificilmente eu vou deixar de saber de alguma coisa. Alguém vai sempre me contar, né? [...] Aí o que eu não sei assim, o que eu gostaria, tipo, política, alguma coisa assim que eu gostaria de saber eu pergunto pro meu marido. (JE1, 2016), 25 anos.

Quando eu não tô sabendo... quando eu não vejo na tevê, minha mãe que me fala. (JCL10, 2016), 17 anos.

As mediações atravessam o consumo de todos os meios citados anteriormente, mas percebemos que as mediações de institucionalidade (MARTÍN-

¹²² Disponível em: <g1.globo.com>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹²³ Disponível em: <gshow.globo.com>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹²⁴ Disponível em: <www.r7.com>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹²⁵ Disponível em: <globoesporte.globo.com>. Acesso em: 5 abr. 2017.

BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) e socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) são as mais presentes nos dois grupos. A mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) permeia o consumo midiático da televisão, por exemplo, no caso dos jovens em conflito com a lei e em alguns conteúdos consumidos no caso dos jovens evangélicos. O uso das redes sociais digitais sociais para estar em contato com as pessoas, saber o que está acontecendo, mostra a mediação de socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) em ambos os grupos, o que evidencia como essa mediação atravessa o consumo midiático deles.

5.1 ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE

As entrevistas em profundidade possibilitaram observar detalhes do consumo midiático dos jovens e a forte presença das mediações de acordo com as experiências e contextos de cada um. Identificamos as principais mediações que atravessam o consumo midiático dos jovens entrevistados.

5.1.1 Mediação institucional: a televisão que passa a ser fonte de informação

Imbricada nas lógicas de produção dos meios e nas matrizes culturais dos indivíduos, e sendo a vida cotidiana atravessada por diversas instituições sociais, a mediação de institucionalidade ou institucional (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) é a principal mediação que permeia o consumo midiático do jovem em conflito com a lei 1. Ele tem 18 anos e há um ano e dois meses tem a liberdade restringida. É esse o período que o jovem vive na Casa de Semiliberdade de Curitiba, onde divide uma casa com outros oito jovens de segunda a sexta-feira. Foi nessa instituição que surgiu o interesse pela televisão, especialmente pela informação que ela transmite – a pesquisa de Dorneles (2003) também mostra que a televisão passou a ganhar horários determinados e a ocupar espaço na rotina de adolescentes em conflito com a lei após a internação.

Desde o ano passado que eu assisto, né? [...] Porque antigamente assim eu nem assistia, ficava mais... jogando bola. [...] E daqui [Casa de Semiliberdade] pra frente eu continuei... até no final de semana. (risos) Ao invés de eu pegar e sair, né? Não, fico mais em casa assistindo, né? (JCL1, 2016).

Nesse relato, percebemos como a mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) interferiu para que o jovem passasse a assistir à televisão. Torcedor do Corinthians e do Real Madrid, ele assiste a campeonatos de futebol “todas as quarta-feira [sic]. Às vezes passa de noite ou de dia, né? Às quatro horas” (JCL1, 2016). Ainda assiste a novelas durante o período em que está na Casa de Semiliberdade – diz, a preferida é *Malhação*¹²⁶. Mas o que o cativa mesmo na tevê é a informação. Ele assiste a jornais pela manhã (Globo), ao meio-dia (Rede Massa – SBT) e à noite (RPC – Globo).

Ah, porque é bom, né? Entreta [sic] [entretém] um pouco, mexe com a mente da gente, né? E a gente fica sabendo o que que tá acontecendo. Se o cara não saber nada o que que tá acontecendo no mundo, imagina o que que vai ficar pensando, né? Nooossa, deve ser chato, né? (risos). (JCL1, 2016).

Nesse caso, podemos identificar a mediação videotecnológica (OROZCO GÓMEZ, 1994) e a tecnicidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) pelas características do meio e a informação que o jovem diz que o meio proporciona a ele. Como um jovem bem informado, ele diz que costuma corrigir os outros meninos da Casa de Semiliberdade quando comentam sobre algum assunto:

Tem algumas pessoas aí que fala, né? Daí eles começam a falar tudo ao contrário, né? Que não é isso que aconteceu. Daí eu vou lá e corrijo, né? (risos) Ai, ai... (risos) Que mais comenta é sobre acidente, sobre roubo em Curitiba, né? É o que eles [os meninos que também estão na Casa de Semiliberdade] mais comentam. E aí eu já tô por dentro de tudo. Ai, ai... (risos). (JCL1, 2016).

Notamos ainda a sobreposição da mediação de ritualidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) no consumo midiático televisivo. A tevê é a primeira a ser ligada pela manhã, às 6h20, antes de ir para a escola – ele é estudante do nono ano do ensino fundamental – e a última a ser desligada antes de dormir, às 23h.

Na hora que eu acordo eu vou direto ligar a tevê. Daí eu já vou corro ali, escovo os dentes, daí já fico ali na frente da tevê, olhando as notícias passando até dá [sic] hora de eu ir pra escola, né? Que na verdade nós [sic] sai às sete, daí eu levanto 6h20 pra dar esse tempinho de assistir, né? (JCL1, 2016).

¹²⁶ Seriado da TV Globo, *Malhação* estreou em abril de 1995 com a missão de falar sobre questões do universo jovem, como o início da vida sexual, o relacionamento com pais e amigos e as dúvidas em relação ao futuro profissional. Disponível em: <<https://goo.gl/2vpq9u>>. Acesso em: 5 abr. 2017.

Quando chega à Casa de Semiliberdade, assiste jornal durante o almoço e vai ao Centro de Atenção Psicossocial (CAPS) – às quintas-feiras faz mais uma disciplina na escola à tarde.

Daí de tarde eu volto umas quatro e meia, assim, né? Que daí eu chego aqui e já vou direto assistir. Por exemplo, agora eu tava assistindo. Não tava passando jornal, mas tava passando uma novela ali. Vai passar *Malhação* agora, depois vai passar *Sol Nascente*¹²⁷, depois jornal. Eu espero tudo isso. (risos) [...] Fico até às onze daí assistindo. (JCL1, 2016).

Natural de São José dos Pinhais (PR), aos fins de semana o consumo midiático é na casa que divide com uma das nove irmãs, de 35 anos – são 12 irmãos ao todo, sendo três homens –, dois sobrinhos, ambos de 15 anos, e o primo, 19. A televisão continua a fazer parte da rotina do jovem em conflito com a lei aos fins de semana. Segundo ele, a irmã também gosta de assistir a jornais e “daí eu falo pra ela que é da hora, né? Acompanhar, saber o dia a dia” (JCL1, 2016).

O aparelho de rádio que fica na sala da casa aparece no consumo midiático aos fins de semana – ele ouve 98 FM e Jovem Pan, a última, como ele diz “tem mais música” (JCL1, 2016). Ele sai da Casa de Semiliberdade às 16h de sextas-feiras e quando chega à residência diz que já vai direto ligar o rádio – principalmente por causa da informação. “Porque até a hora que dá de passar o jornal, né?, na tevê, eu fico curtindo o rádio. Daí a hora que dá de assistir o jornal, eu já ligo a tevê” (JCL1, 2016). A busca pela informação continua no rádio, que também traz notícias sobre o contexto de estar em conflito com a lei, o que pode ser relacionado à busca de informações mais próximas do contexto no qual está inserido.

O rádio fala aí o que os adolescente [sic] apronta. No rádio aparece tudo, né? [...] É, às vezes, tem adolescente que cai na DA [Delegacia do Adolescente] e já vem pra cá [Casa de Semiliberdade], né? Então, já aparece, aparece ele no rádio lá, né? Já aconteceu de vários adolescentes que eu escutei no rádio e compareceram aqui já. (JCL1, 2016).

Além do contato com a tevê e com o rádio, ele tem perfil no Facebook e no WhatsApp. As redes sociais digitais são acessadas pelo celular enquanto assiste à tevê e também reforçam a busca por informação.

¹²⁷ Novela das seis da TV Globo escrita por Walther Negrão, Suzana Pires e Júlio Fischer. A trama exibida de 29 de agosto de 2016 a 21 de março de 2017 contou a história do amor improvável dos grandes amigos Alice e Mario, interpretados por Giovanna Antonelli e Bruno Gagliasso, e de suas famílias imigrantes, Tanaka e De Angeli. Disponível em: <<https://goo.gl/LS4jGn>>. Acesso em: 5 abr. 2017.

Porque aí eu já procuro... já procuro na internet assim novas notícias, né? Daí aparece umas nova notícia [sic], pá. E aí eu vou acompanhando por ali e pela tevê junto, né? [...] Tem também os meninos que mandam alguma informação que aconteceu aqui em Curitiba, né? Às vezes eu nem sabia daquilo e já fico sabendo já. (JCL1, 2016).

A tevê e o rádio também são meios de credibilidade para o jovem em relação ao que circula de informação pelas redes sociais digitais.

Porque às vezes tem quem quer fazer brincadeira assim, sabe? E manda aquelas notícias e não é aquilo de verdade que aconteceu, sabe? Porque se eu sei que aconteceu aquilo, se eu li lá a notícia que aconteceu isso, daí eu sei que aconteceu mesmo, porque daí com certeza eu vou ouvir no rádio ou assistir na tevê. Daí eu já vou saber. É porque se aparece ali, vai aparecer na tevê e tudo, né? (JCL1, 2016).

A mediação de ritualidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) também aparece aos fins de semana no consumo midiático do jovem em conflito com a lei. Quando acorda aos sábados, a tevê continua sendo a primeira a ser ligada. O rádio é ligado quando há algum programa televisivo que não gosta – diz que a tevê normalmente é desligada quando “não passa jornal”. Aos sábados à noite, ainda mexe no celular rotineiramente. “Começo às dez e meia da noite e termino às duas” (JCL1, 2016). Durante o dia, ele não verifica muito as redes sociais digitais: “só quando os cara [sic] me chamam no Whats lá, daí eu tem que mexer memo [sic]. Daí aproveito e dou uma olhada, né?” (JCL1, 2016). Podemos relacionar a necessidade de busca de informações do jovem, especialmente pela televisão, com as micromediações – pensadas a partir das vivências particulares do jovem, seu nível educacional, maturidade emocional e sensibilidades – e macromediações – vistas na identidade individual do jovem ao mesmo tempo num estamento coletivo das audiências (OROZCO GÓMEZ, 2014).

O uso do Facebook e do WhatsApp ainda mostra a mediação de socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) na busca por contatos com a família e amigos:

Na verdade, o Face eu criei só pra achar minha irmã lá do Mato Grosso do Sul, que eu procurei, não consegui achar, né? Só que daí eu encontrei, né?, umas outras irmãs minhas que eu tinha. Daí eu procurei o nome do lugar onde ela morava, tudo, né? Daí eu consegui achar ela. [...] E no Whats tem as mina [sic] lá, as mina, os piá [sic] tudo, que conversa comigo. Eles também me traz [sic] informações. (JCL1, 2016).

Quando questionado sobre como se sente quando está nas redes sociais digitais, mais uma vez se confirma o interesse do jovem por informação: “ah, eu me sinto bem, né? Porque é da hora, né? Parece que eu tô sabendo de tudo ali, do que tá acontecendo, né? É uma coisa legal, né?” (JCL1, 2016).

5.1.2 Mediação individual (cognitiva): a televisão que não mostra a realidade e as redes sociais digitais que são perigosas

A mediação individual (cognitiva) considera o desenvolvimento cognitivo e emocional específico de cada pessoa e ao mesmo tempo o sujeito social, membro de uma cultura, por exemplo, em diferentes cenários (OROZCO GÓMEZ, 1994). É essa a principal mediação atravessada no consumo midiático do jovem em conflito com a lei 8, de 19 anos. Ele não tem celular, tem perfil apenas no Facebook, gosta de escutar música no YouTube e ouve rádio enquanto está na Casa de Semiliberdade de Curitiba. Esse basicamente é o consumo midiático do jovem que há dois meses vive na Casa de Semiliberdade – antes disso, ficou internado durante cerca de um ano e cinco meses no Centro de Socioeducação São Francisco, em Piraquara, região metropolitana de Curitiba.

A desconfiança pela televisão, que na opinião dele “não mostra a realidade”, e pelas redes sociais digitais, que para ele, “são perigosas”, faz com que restrinja o próprio consumo midiático. Nesse caso, podemos associar a mediação individual (cognitiva) (OROZCO GÓMEZ, 1994) que faz com que os conhecimentos e percepções que o jovem tem do mundo em que vive interfiram no consumo midiático. O discurso do jovem também mostra uma relação e indignação com questões de classe, “que a televisão não mostra”.

Televisão não, não me chama mais atenção, assim, porque eu não vejo, tipo, realidade na televisão, entendeu? Não vejo realidade de pessoas, tipo, não mostra quase nada de realidade assim. Eu fico impressionado assim, cara. Não mostra um mendigo ali dormindo debaixo do viaduto, não mostra crianças aí com câncer, não mostra esse tipo de coisa, entendeu? E rádio fala notícias, essas coisa [sic], entendeu? As músicas [principalmente de funk] que eu ouço fala a realidade. O Facebook pessoas *postam*, até eu *posto* frases, entendeu? [...] A vida é difícil pra muitos e fácil pra poucos, sabe? Essa é a verdadeira verdade, entendeu? (JCL8, 2016).

Durante o período em que ficou internado no Centro de Socioeducação São Francisco diz que era “praticamente obrigado a assistir tevê” – assistia filmes no

Corujão¹²⁸, na Rede Globo – e na Casa de Semiliberdade também só assiste porque os outros meninos com os quais divide a casa deixam a tevê ligada. A mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) pode ser percebida nos dois casos de contato com a televisão. Ele ainda enfatiza que fica muito triste por a mídia [ele se refere à televisão] só mostrar uma parte do que realmente acontece no mundo. “Mostra só uma partezinha, entendeu? Só uma partezinha. E isso me deixa muito triste, entendeu? Porque eu me sinto um nada, entendeu? [...] Por isso que eu já... eu não gosto, cara, eu não gosto das coisas assim que a mídia relata, entendeu?” (JCL8, 2016) – continuou exemplificando a tevê mostrando a vila olímpica, no Rio de Janeiro, e os famosos desfilando enquanto outros passam fome.

“Realidade pra mim é ver com meus próprios olhos” (JCL8, 2016), afirma o jovem curitibano estudante do primeiro ano do ensino médio e que aos fins de semana fica na casa da mãe ou da namorada, 18 anos, onde acessa Facebook e YouTube pelo computador ou celular dela. “Vai ficar na frente da televisão assim, ó, assistindo, vendo coisas ali que, sei lá, você não pode tocar, entendeu? Daí eu não gosto disso daí, entendeu? Meu negócio é viver a realidade, entendeu?” (JCL8, 2016).

Sobre o pouco uso das redes sociais, ele afirma que usar outras redes “não vai trazer nada de bom” e demonstra indignação, desconfiança e insegurança.

Num [sic], num sou conectadão nas redes social [sic]. Sou bem tranquilo assim. Porque eu não gosto de ser muito conectado, entendeu? Eu acho que sobe demais pra cabeça. A pessoa podia tá ali numa outra coisa ali, fazendo uma coisa pra ajudar é... pra ajudar outras pessoas, entendeu? Mas ela fica só no celularzinho ali. Parece que foge do mundo que a gente tá vivendo, um monte de coisa legal, entendeu? Por causa que orra [sic], cara, é impressionante, cara. (JCL8, 2016).

Citou como exemplo o caso de um homem que enviou mensagem para a namorada dele (do JLC8), convidando ela pra sair. A jovem disse que estava namorando e o homem pediu para ela se separar. Ao ver a mensagem, o JCL8 pediu para a namorada excluir o homem das redes dela na frente dele (JCL8) e ela excluiu. “Ó, imagine, ó, o que que um negócio desse, seja WhatsApp, Facebook, já ia causar. [...] No nosso mundo, a lei dos traficantes, a lei da cadeia, a lei do mundão

¹²⁸ Programação de filmes exibidos diariamente durante a madrugada na TV Globo.

aí de hoje em dia, a pior coisa é dar em cima de mulher dos outros, mano” (JCL8, 2016).

Ele continua falando que as redes sociais facilitam muita coisa para o próprio perigo e insegurança das pessoas. “Facilitando, às vezes facilitando muita coisa, entendeu? De matar uma pessoa. Hoje em dia tá muito perigoso assim essas redes sociais, entendeu? Tá muito perigoso isso, entendeu?” (JCL8, 2016). Citou outro exemplo sobre um colega que tirou foto dele na sala de aula e de um carro que estava estacionado em frente ao colégio com um homem tirando fotos pelo celular. “Tipo, eu que já fiz algumas coisas erradas na vida, cara, isso me assusta muito, cara, essas tecnologia [sic] de hoje em dia, cara, me assusta muito. Me assusta pra caramba, cara” (JCL8, 2016). Os depoimentos mostram a mediação cognitiva sobreposta pela mediação de tecnicidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) com a percepção que o jovem em conflito com a lei tem das possibilidades das redes a partir das vivências dele no contexto no qual está inserido.

Ao mesmo tempo, disse que as redes sociais ajudam a manter contato com a família que mora longe e para dizer à família que ele saiu da prisão e não usa mais drogas. Percebemos ainda a mediação de socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) no uso do Facebook – que desativou, mas voltou a usar por causa da namorada – quando o jovem relata que depois de se afastar das drogas fica um tempo nas redes para acompanhar o que as pessoas *postam*.

Ah, fiquei... fiquei um ano e cinco mês [sic] sem Face. Tô falando do tempo que eu tava preso [no Centro de Socioeducação São Francisco], do tempo que eu tava na droga assim. Daí eu não gostava de rede social [sic]. Meu negócio mesmo era roubar e usar droga assim e passar meu tempo assim, entendeu? Daí agora que eu não uso essas coisas assim eu, tipo, eu gosto, tipo, já que eu não uso essas coisas, tipo, eu fico um tempinho assim nas redes sociais, sabe? Bem tranquilo. (JCL8, 2016).

Quando está na Casa de Semiliberdade, ouve rádio pela manhã – citou Jovem Pan e 98 FM, mas gosta mais da Jovem Pan. “Eu acho muito legal assim, por causa que essa música, assim, eu gosto de ouvir [...] assim pra me dar sono, sabe? Tipo, daí eu deito... daí a gente faz votação ali pra colocar o rádio” (JCL8, 2016). E aos fins de semana gosta de escutar música no YouTube – citou MC Felipe Boladão¹²⁹. “Eu ouço... eu gosto de funk, né? Uns proibidão. Mas funk que fala a

¹²⁹ Músico de funk, Felipe Wellington da Silva Cruz foi assassinado no dia 10 de abril de 2010. Ele estava na companhia de seu DJ, Felipe da Silva Gomes, quando ambos foram alvejados por um

realidade assim, sabe? Fala de... tipo, um funk poético, sabe? [...] [O YouTube] me deixa assim com o espírito mais forte, me deixa mais animação assim” (JCL8, 2016).

Eventualmente, assiste Netflix com a namorada e as amigas dela, mas só porque está com a namorada – citou a série *Eu, a Patroa e as Crianças*¹³⁰ e disse que dá risadas às vezes, mas não sabe se “esse negócio faz bem ou faz mal” (JCL8, 2016).

Sobre a rotina, afirma que está meio desligado da mídia, acorda e “respira normalmente sem a mídia” (JCL8, 2016). Mas eventualmente vai à biblioteca da escola e pesquisa pelo computador no Google notícias sobre crimes, prisões e mortes de traficantes – o que remete às mediações de identidade e tecnicidade (MARTÍN-BARBERO, 2009b).

Porque assim, tipo, eu cheguei lá hoje [12 de setembro de 2016] daí Fernandinho Beira-Mar¹³¹ vi quanto tempo ele tava preso. Já tá 15 anos preso já o Fernandinho Beira-Mar. Foi condenado a 200 anos ele. Daí eu gosto de ver esse tipo de coisa, sabe? Os noticiário [sic]. [...] Daí eu gosto de ver umas imagem [sic] lá, de pessoas que já morreram já. Traficantes que já morreram. (JCL8, 2016).

O jovem em conflito com a lei ainda diz que não gosta de ler jornal impresso e revista só se for interessante, “que tem casos assim de pessoas que foram presas. [...] É que eu acho coisas importantes realmente que aconteceu e a pessoa tá lá pagando, entendeu?” (JCL8, 2016). Quando questionado sobre por que considera esses assuntos interessantes, afirma que gosta “de ver esse tipo de notícia que me deixa pensativo, as coisas que eu falo, as coisas que eu deixo de fazer, as coisas que eu não faço, entendeu?” (JCL8, 2016).

homem de moto no bairro Vila Glória, em Praia Grande, no litoral paulista. Disponível em: <<https://goo.gl/K0ioHT>>. Acesso em: 5 abr. 2017.

¹³⁰ Na comédia, Michael Kyle (Damon Wayans) quer ter uma vida tradicional com sua família. Mas sua esposa, a comerciante Janet 'Jay' (Tisha Campbell-Martin), o filho fã de rap, Michael Jr. (George Gore), e as duas filhas, Claire (Jennifer Freeman) e Kady (Parker McKenna Posey), fazem do seu sonho apenas um sonho. Disponível em: <<https://goo.gl/o0ayqS>>. Acesso em: 6 abr. 2017.

¹³¹ Traficante com 320 anos de prisão acumulados condenado, entre outros crimes, por liderar uma guerra de facções, em 2002, dentro do presídio de segurança máxima Bangu I, no Complexo Penitenciário de Gericinó, na Zona Oeste do Rio, quando quatro rivais foram assassinados. Em 2016, foi condenado a mais 30 anos de prisão pelo assassinato do estudante de informática Michel Anderson Nascimento dos Santos, de 21 anos, em 1999. Disponível em: <<https://goo.gl/NMnTy9>>. Acesso em: 6 abr. 2017.

A mediação de socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) volta a aparecer quando o jovem diz que se informa pelo que as pessoas [da Casa de Semiliberdade, da escola, a mãe e a namorada] dizem sem buscar informação adicional ou alguma confirmação sobre aquilo que foi dito. “Meu meio [de informação] mais forte pra mim, não sei pros outros, pra mim são as próprias pessoas, entendeu?” (JCL8, 2016).

5.1.3 Mediação de identidade e tecnicidade: o vício pelo celular

Apontada no terceiro e mais recente mapa das mediações de Martín-Barbero (2009b), considerando um novo ecossistema comunicativo, a mediação de identidade se constitui nas relações sociais e a partir da transformação do tempo modelada pela tecnicidade. A mediação de tecnicidade, então, atravessa a vida cotidiana a partir de possibilidades dos meios com um tempo comprimido pelo fluxo de imagens e textos. Essas mediações permeiam o consumo midiático do jovem em conflito com a lei 11, de 19 anos.

Verificar as redes sociais digitais pelo celular é uma das primeiras coisas que o jovem faz quando chega na casa que divide com a esposa, de 26 anos, às sextas-feiras. “Eu durmo verificando [as redes sociais] e acordo verificando também. Até no meio da noite também, quando começa a tocar muito [o celular], aí eu acordo” (JCL11, 2016). Natural de Presidente Epitácio (SP), mora em Curitiba e na Casa de Semiliberdade há um ano. É à Casa de Semiliberdade de Curitiba que também atribui um controle maior quanto ao vício ao uso do celular durante a semana – mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994).

Aqui não pode usar muito, né? As redes sociais, internet, tudo, né? Então aqui você desliga, né? Acho que por isso eu não sou viciado tanto assim, porque senão eu tava bem viciado, o dia inteiro. Até no trabalho era assim, quando eu trabalhava [como padeiro], o dia inteiro. [...] E [no fim de semana] às vezes até dou uma abusada das coisas, né? Fico até sem dormir, vou dormir meia-noite, uma da manhã. (JCL11, 2016).

O jovem conta que usa o celular o dia inteiro aos fins de semana para acessar sites, se informar, estudar e verificar as redes sociais digitais, inclusive no celular da esposa enquanto ela assiste televisão – principalmente as novelas da Rede Globo. “Eu fico nas minhas redes e no celular dela eu fico na internet, fico no

Google olhando, pesquisando as coisas. Porque aí dá pra fazer os dois ao mesmo tempo, né? Não preciso sair de um pra entrar no outro” (JCL11, 2016).

A mediação de identidade e tecnicidade (MARTÍN-BARBERO, 2009b) pode ser atribuída ao uso do celular pelo jovem quando utiliza os instrumentos possibilitados pelo aparelho de acordo com os interesses dele – principalmente para se manter atualizado, como ele mesmo diz.

É o dia inteiro. Tem vezes que tá pegando fogo [o celular]. A gente usa, né? (risos) Fica muito quente [o aparelho celular], né? É que coloca na tomada, você continua usando e deixa carregar, né? Tudo [sic] as dúvidas que eu tenho eu vou colocando lá e pesquisando. Aí começa uma conversa interessante eu largo os estudos e começo a conversar. Semana passada eu coloquei meu celular dentro da geladeira. (risos) Tava muito quente. Muito quente mesmo. Aí eu tive que colocar dentro da geladeira, mas deixei a música ligada. (risos). (JCL11, 2016).

Ele tem perfil no Facebook, WhatsApp, Instagram e Snapchat e alguns aplicativos de notícias de atualidades, política e esportes – citou Globo e Jogo Aberto –, além de YouTube, 4shared¹³² e Netflix, no celular. O aparelho celular e a internet são os mais utilizados no fim de semana – não assiste à televisão, não ouve rádio e não lê jornal e revista impressa. “É internet, é internet. Aí música no celular mesmo” (JCL11, 2016). Também diz que prefere a internet para se informar: “é mais fácil” – citou o acesso a sites como O Globo¹³³ e MSN¹³⁴.

Quando assiste à televisão, é para acompanhar os jogos de futebol – quer ser técnico de futebol, o que também pode ser relacionado à mediação de identidade e tecnicidade (MARTÍN-BARBERO, 2009b). “Que nem eu quando assisto futebol, eu me vejo naquilo. É o único momento assim que eu paro de tudo e o celular desligado, tudo, entende? Então incentiva as pessoas a conquistar os sonhos, sabe?” (JCL11, 2016). Com o ensino médio completo, pretende fazer faculdade de Educação Física ou Direito por meio do Enem (Exame Nacional do Ensino Médio).

O consumo de Netflix também é baixo. Quando assiste com a esposa, consome filmes “de história real, coisa assim, uns filme [sic] meio meloso, na

¹³² Serviço de armazenamento e compartilhamento de arquivos grátis *online*.

¹³³ Disponível em: <oglobo.globo.com>. Acesso em: 6 abr. 2017.

¹³⁴ Disponível em: <www.msn.com/pt-br>. Acesso em: 6 abr. 2017.

verdade” (JCL11, 2016), além de séries – citou Zack e Cody: Gêmeos a Bordo¹³⁵, Supernatural¹³⁶ – e desenhos.

Já durante a semana, quando está na Casa de Semiliberdade, assiste Jogo Aberto, na Band, e Malhação e Jornal Hoje¹³⁷, na Globo, e ouve 98 FM pelo rádio – às vezes Jovem Pan à noite. “Todo dia 98. Mais por eles [os meninos com quem divide a casa]” – mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) e socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a).

A tevê é a primeira a ser assistida assim que acorda: “porque é toda hora. Quando não tá na quadra [de esportes] é assistindo tevê ou ouvindo rádio. Aí eu sempre presto atenção nas notícia [sic] assim que acontece” (JCL11, 2016). O rádio e a televisão são, para ele, o contato com o mundo fora da Casa de Semiliberdade:

É porque na rua eu mexo mais no celular, né? Mas aqui dentro como não pode usar celular, então a única maneira da gente tá ligado lá fora é pela rádio, né? Tá mais próximo que a tevê às vezes, entende? Que talvez a tevê assim passa mais sobre o mundo inteiro. Mas na cidade mesmo a rádio é mais voltada àquela região. Então a gente sabe tudo que tá acontecendo. (JCL11, 2016).

O rádio e a televisão costumam estar ligados o “dia inteiro” e ao mesmo tempo na casa em que divide com outros oito jovens em conflito com a lei. “Um fica tentando fazer leitura labial na tevê e a gente ouça [sic] [ouve] o rádio. (risos)” (JCL11, 2016). Para ele, o interesse sobre o que acontece no mundo surgiu depois que entrou na Casa de Semiliberdade – mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994). “Antes já não, antes eu não queria saber muito das coisas. Achava que não importava política, sei lá o que. Hoje já fico mais antenado” (JCL11, 2016). Ele também gosta de ler – quando foi feita a

¹³⁵ Na comédia, Zack e Cody Martin entram em um programa educacional a bordo do navio de cruzeiro do pai de sua amiga London, que também embarca com eles, além da amiga Bailey Pickett. Disponível em: <<https://goo.gl/mJfYUz>>. Acesso em: 6 abr. 2017.

¹³⁶ Na série, após a misteriosa morte de Mary (Samantha Smith), o pai de Sam Winchester (Jared Padalecki) passou a procurar vingança contra as forças do mal que mataram a esposa. Disponível em: <<https://goo.gl/6X0YkG>>. Acesso em: 6 abr. 2017.

¹³⁷ Noticiário no ar há 45 anos na TV Globo, é exibido de segunda-feira a sábado, às 13h20. Disponível em: <<https://goo.gl/l7d3OJ>>. Acesso em: 6 abr. 2017.

entrevista estava lendo O Diário de Anne Frank¹³⁸ – e faz leituras no período em que está na Casa de Semiliberdade.

O jovem em conflito com a lei 11 também é evangélico há seis anos e lê livros religiosos, ouve música gospel e segue páginas religiosas no Facebook. Mas diz que a religião não interfere no consumo midiático. “Eu acho que o conteúdo vai de pessoa pra pessoa. Eu acho que a opinião dos outros talvez conta. Mas nesse aspecto não assim. Porque eu acho que cada um consome o que bem entender, né?” (JCL11, 2016).

5.1.4 Mediação de ritualidade: conteúdos sobre futebol para conversar com o pai

Ao mesmo tempo repetição e inovação, a ritualidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) pode ser vista numa regulação dos usos sociais dos meios e sua inserção na vida cotidiana e é a principal mediação atravessada no consumo midiático da jovem evangélica 4, de 23 anos. Foi ainda criança que ela aprendeu a gostar de futebol. Curitiba, ela jogava futebol com o irmão na praça e o pai levava os dois ao estádio. Torcedora do Atlético Paranaense, a paixão pelo futebol continua até hoje. É o assunto mais acompanhado pela televisão, Facebook, Twitter e YouTube e um dos únicos que faz com que converse com o pai pelo WhatsApp – os pais dela se separaram quando ela tinha sete anos.

Porque não tem muito assunto, digamos assim com ele [o pai], né? A gente não sabe muita coisa um sobre o outro atualmente assim. [...] No Whats a gente comenta, tipo, durante assim ele [o pai] me fala do gol, alguma coisa assim. Quando eu tô fora, não posso acompanhar, geralmente eu falo pra ele me atualizar no WhatsApp. (JE4, 2016).

Podemos associar a relação da jovem com o pai a partir de conteúdos midiáticos sobre futebol e a conversa no WhatsApp sempre que há algum jogo com a mediação de ritualidade e de tecnicidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) a partir das possibilidades dos meios. Winocur (2009) também contextualiza as realidades das famílias a partir da conexão dos jovens com a internet. Para ela, quando a internet é incorporada ao lar, envolve todos os membros da família – mesmo que nem todos sejam usuários, as decisões de incorporação são negociadas entre todos,

¹³⁸ Publicado originalmente em 1947, o livro traz relatos da jovem alemã Anne Frank sobre as atrocidades e horrores cometidos contra os judeus durante a Segunda Guerra Mundial. Disponível em: <<https://goo.gl/CMfsdn>>. Acesso em: 6 abr. 2017.

normalmente com uma demanda vindo dos filhos, mas os pais têm a capacidade de adquirir (WINOCUR, 2009). A realidade da jovem evangélica e do contato com o pai pelas redes sociais ainda se relaciona com a internet que se converte em espaços de encontro e mediação da comunicação entre os membros da família (WINOCUR, 2009).

Formada em Letras, a monografia da jovem também teve futebol como tema: o futebol na literatura brasileira. Foi o futebol ainda um dos motivos de voltar a usar o Twitter – que havia excluído por não ter muitos conhecidos que usam a rede social digital. “Só que daí eu fiz de novo um pouco antes da Copa pra comentar sobre a Copa. (risos) Porque daí tinha bastante comentários, né? Daí eu refiz por causa disso” (JE4, 2016).

Evangélica desde criança, a jovem divide a casa onde mora com a mãe e o irmão, de 22 anos. A mediação de ritualidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) se repete nos conteúdos assistidos pela televisão. Além do futebol, ela se organiza para acompanhar MasterChef (Band) e eventualmente acompanha jornais: ao meio-dia (RPC-Globo) e Jornal Hoje (Globo). Costuma assistir sozinha, porque a mãe e o irmão “não gostam muito” do que ela assiste. Enquanto assiste MasterChef, ainda acompanha a repercussão pelo Twitter, porque depois “já não tem mais graça” ver o que está nas redes. Sobre o futebol, ela diz que assiste de tudo “porque, assim, os daqui [Curitiba] geralmente não passa [sic] muito na tevê aberta. Tipo, sei lá, na Globo só passa Corinthians. Mas assim eu vejo, né? Por gostar de futebol. Mas não por causa do time” (JE4, 2016).

Quando ouvia rádio no carro – atualmente não ouve mais por não ter aparelho de rádio no carro –, o futebol também era o assunto preferido. “Futebol eu já escutei várias vezes no rádio por ser mais emocionante. (risos) Daí você não sabe o que tá acontecendo e fica ‘meu Deus’. Aí eu gostava de ouvir. Mas agora já não ouço mais. [...] Já ouvi no meu celular também [o jogo]” (JE4, 2016). Com o futebol fazendo parte do consumo midiático no dia a dia em diferentes meios, ela confirma que a paixão veio a partir do pai: “a influência veio dele [do pai], porque minha mãe não tá nem aí pro futebol” (JE4, 2016), o que pode ser relacionado com as mediações de identidade e de tecnicidade (MARTÍN-BARBERO, 2009b), que estão lado a lado no mapa que discute um novo ecossistema comunicativo e que investiga as mutações culturais proposto por Martín-Barbero (2009b).

A jovem ainda acompanha conteúdos sobre o assunto no YouTube: “eu vi esses dias a final, a final da Copa do Mundo 2002, tava inteira no YouTube, porque eu lembro dessa final, né?” (JE4, 2016). O YouTube, no qual ainda segue canais de culinária e de humor, também é usado para ouvir música gospel e para pesquisa. “YouTube é bem útil assim, eu acho, no geral, pra pesquisar tudo assim. Sei lá, tutorial de coisas, tanto comida como de maquiagem, tudo, né? Até a coisa mais idiota você vai achar lá. (risos)” (JE4, 2016). Apesar de acompanhar alguns conteúdos pela televisão, ela prefere a internet porque também facilita acessar e acompanhar nos horários que são mais propícios a ela.

Acho mais legal ficar na internet mesmo, tipo, YouTube, essas coisas assim. [...] Que também é questão de horário assim. Tipo, de noite, eu gosto mais de ver, tanto que as coisas que eu vejo são de noite normalmente. Tipo, futebol tem quarta de noite, MasterChef, terça de noite. Daí eu posso ficar, tipo, deitada, alguma coisa assim e vendo. [...] Mas eu prefiro ver no meu horário, digamos assim, sabe? Por isso que a tevê acho que não me interessa tanto assim. Às vezes tá passando uma coisa legal, mas eu quero tá fazendo outra coisa na hora, sabe? Daí me atrapalha, aí eu não gosto de ver. (JE4, 2016).

Antes de dormir, geralmente assiste séries no Netflix – citou *Gilmore Girls*¹³⁹ e *Dance Academy*¹⁴⁰, que assistiu duas vezes porque faz aulas de balé e para aprender inglês. Mas disse não ter paciência para outras séries famosas “que todo mundo vê”.

Porque é suspense e de umas coisas meio... paranormais, assim, sabe? Umas coisas meio loucas assim, daí eu já, ah, não tenho muita paciência pra isso. Não gosto desse estilo assim. Gosto mais de coisa normal, digamos. (risos) Daí, tipo, aquela que é *Friends*¹⁴¹, eu não gostei também. Meio desnecessário assim as coisas que falava, aí, nossa, nada a ver essas coisas aí. (risos) [...] Aí tem outras assim *Breaking Dead*¹⁴², *House*¹⁴³, sei lá,

¹³⁹ Na série, Lorelai Gilmore (Lauren Graham) tem uma relação amigável com sua filha, Rory (Alexis Bladel). Diversão e drama envolvem o relacionamento de Lorelai com seus pais, a nova escola preparatória de Rory, e os romances nas vidas das duas. Disponível em: <<https://goo.gl/G5855P>>. Acesso em: 6 abr. 2017.

¹⁴⁰ Comédia musical em que jovens dançarinos devem provar que merecem ganhar um lugar na Academia Nacional de Dança. Disponível em: <<https://goo.gl/hVRyBO>>. Acesso em: 6 abr. 2017.

¹⁴¹ Na comédia, seis jovens são unidos por laços familiares, românticos e, principalmente, de amizade, enquanto tentam se sobressair em Nova York. Disponível em: <<https://goo.gl/4H6d6Q>>. Acesso em: 6 abr. 2017.

¹⁴² No drama, o professor de química Walter White faz e vende metanfetamina, uma droga sintética, para atender às necessidades de Skyler, sua esposa grávida, e Walt Junior, seu filho deficiente

eu não consigo. Eu não gosto. Pra mim é muito sangue. Muita morte, muita loucura, eu não gosto. (JE4, 2016).

No consumo midiático de internet e redes sociais digitais – ela tem perfil no Facebook, WhatsApp, Instagram, Snapchat, Twitter e Pinterest – percebemos ainda a mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) principalmente a partir da criação de grupos no WhatsApp, a mediação de ritualidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) com a integração na rotina e a mediação de socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) por criar algumas redes para manter contato com as pessoas.

WhatsApp é pelas pessoas mesmo, pra me comunicar por... por qualquer coisa, né? Tipo, combinar, tudo assim. Daí eu tenho grupo de pessoas da faculdade, da célula [da igreja], enfim, tem o da família, tem vários grupos assim. Da igreja também de trabalho assim, ministério assim, essas coisa [sic] assim, sabe? Que eu trabalho no berçário [na igreja], né? Daí tem também o grupo. Tem muitos grupos, nem sei direito quantos grupos. Daí é mais por isso, porque daí se eu não tivesse eu ia ser meio isolada. Não ia ficar sabendo de nada. (riso leve). (JE4, 2016).

Ela verifica o WhatsApp quando acorda porque a mãe pode ter enviado alguma mensagem e ao longo do dia acompanha as redes pelo tablet e celular. Como está desempregada, diz que é mais propício estar nas redes e verificar ao longo do dia – às vezes a comunicação com o irmão é pelas redes sociais digitais mesmo quando os dois estão em casa. Mas quando sai de casa, comenta que não utiliza muito as redes para não gastar a franquia de internet – podemos associar a situação a condições de classe.

Que daí eu não tenho plano, né? Daí tem que ter crédito, daí às vezes acaba a franquia, tal, tal, tal. É bem chato isso. Mas... em outros lugares, na igreja eu nem... às vezes eu ligo o Whats por, pra me comunicar com a minha mãe. Às vezes ela quer saber se acabou, se eu tô indo, alguma coisa assim, sabe, né? Ou às vezes na célula [da igreja] pra me comunicar com ela. [...] Apesar de às vezes querer mandar alguma coisa, eu não mando, porque daí carrega muito o celular. Daí eu deixo só pro Whats mesmo. (JE4, 2016).

físico. Além disso, ele descobre que está sofrendo de um câncer de pulmão incurável. Disponível em: <<https://goo.gl/Q5JHji>>. Acesso em: 7 abr. 2017.

¹⁴³ Na série, o cientista House (Hugh Laurie) realiza excelentes diagnósticos mantendo uma postura cética, distanciada e mal-humorada com os pacientes do fictício hospital de Princeton-Plainsboro. Disponível em: <<https://goo.gl/C10vZ2>>. Acesso em: 7 abr. 2017.

A jovem diz que se informa por meio dos jornais que assiste pela televisão, mas que, na opinião dela, eles são incompletos por trazerem informação apenas até aquele horário. Por isso, acessa sites como Globo.com e Gazeta do Povo e acompanha notícias na página Banda B¹⁴⁴, de Curitiba, no Facebook. Ela não lê jornal impresso e nem revistas – diz que só lia jornal impresso quando frequentava a faculdade e entregavam Metro Jornal no caminho.

5.1.5 As mediações videotecnológica e de institucionalidade no consumo de desenhos televisivos

Como instituição social a televisão reproduz outras mediações institucionais, mas também produz sua própria mediação com a utilização de recursos para impô-la sobre a audiência (OROZO GÓMEZ, 1994). Essa é a mediação videotecnológica, que permeia, junto à mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994), o consumo midiático do jovem evangélico 8, de 19 anos. Ao dar o primeiro sopro de vida, ele já estava inserido nas crenças da igreja evangélica trazidas pela família – o pai era pastor. Quando os pais saíram da igreja, ele tinha 10 anos e se afastou também. Voltou à igreja aos 17. No período em que esteve afastado da instituição religiosa, conta que teve envolvimento com vandalismo e drogas – “fumava [maconha] cinco vezes por dia” (JE8, 2016). Ao voltar a ser evangélico, a mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) interferiu nos conteúdos midiáticos consumidos: “ah, é claro que tem algumas coisas que eu já restrinjo a assistir, coisas que eu assistia antes, né? [...] Ah, alguma parte de algum filme que esteja passando alguma coisa, um sexo explícito, sabe? Alguma coisa assim” (JE8, 2016).

Mas quando se trata do consumo midiático de televisão são os desenhos os principais conteúdos assistidos. A mediação videotecnológica (OROZCO GÓMEZ, 1994) pode ser vista na percepção de realidade que o jovem tem sobre os desenhos com a sobreposição da mediação da institucionalidade (igreja) (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) quando ao mesmo tempo em que considera interessante questiona os conteúdos que retratam a realidade nos desenhos. O

¹⁴⁴ Com início em 1999, o portal de notícias descreve em sua página no Facebook que “reúne em um só lugar notícias, entretenimento e muita informação”. Disponível em: <<https://goo.gl/VUWFZ0>>. Acesso em: 7 abr. 2017.

jovem assiste principalmente desenhos da Cartoon Network, como O Incrível Mundo de Gumball¹⁴⁵, Hora de Aventura¹⁴⁶, Apenas um Show¹⁴⁷. A televisão é consumida pelo jovem curitibano em casa – ele mora com os pais e irmãos, uma com 21 anos e outro com 18.

Eles [Hora de Aventura] falam muito de magia negra explícita. Magia negra já é uma coisa que não é tão boa. Não é tão boa. (risos) Não é boa. Então, é... tem o lado bom de você consumir esse desenho e tem o lado ruim, que o lado ruim é esse da magia negra. O lado bom seria o divertimento mesmo. Claro que daí tem muita mensagem subliminar que daí você... é bom você ficar esperto. [...] Eu sempre tive essa visão, tanto que meu pai já foi pastor, né? E ele que me mostrou isso aí desde pequeno. Então eu assistia sabendo que tinha alguma coisa ali. Eu sempre tentava caçar alguma coisa. Tem que cuidar com o que tá vendo. (JE8, 2016).

O depoimento evidencia que a interação TV-audiência é um processo complexo, multidimensional e multidirecional que envolve várias negociações que vão além da tela da TV (OROZCO GÓMEZ, 1994), nesse caso com percepções atravessadas pela formação do jovem a partir das perspectivas do pai.

O jovem evangélico 8 é estudante do primeiro ano do ensino médio e trabalha como gerente de uma loja. No sebo em que trabalha também há vários objetos com personagens de desenhos, gosto que também pode ser visto no consumo de revistas impressas. Ele lê HQs, principalmente Os Novos 52¹⁴⁸. O contato com o jornal impresso ocorre eventualmente no local de trabalho, quando é distribuído o Metro Jornal. Ele não ouve rádio.

A mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) também pode ser observada no consumo midiático nas redes sociais digitais. Com perfil no Facebook, WhatsApp, Instagram e Snapchat, ele afirma que os conteúdos também mudaram após retornar à igreja: “ah, eu via coisas sem nexos,

¹⁴⁵ Gumball é um garoto de doze anos que gosta de confusões e que tem um grupo de amigos estranhos. Disponível em: <<https://goo.gl/TSXiut>>. Acesso em: 7 abr. 2017.

¹⁴⁶ O garoto Finn, que tem um “chapéu incrível”, e o cachorro inteligente Jake são amigos íntimos e parceiros em estranhas aventuras na terra do Ooo. Disponível em: <<https://goo.gl/3j9KA4>>. Acesso em: 7 abr. 2017.

¹⁴⁷ Mordecai, uma gralha azul, e Rigby, um guaxinim, tentam lidar com seus trabalhos tediosos como vigilantes de um parque local em aventuras surreais. Disponível em: <<https://goo.gl/YQuW8t>>. Acesso em: 7 abr. 2017.

¹⁴⁸ Séries da DC Comics que reiniciam o universo de heróis da editora, como Batman, Mulher-Maravilha, Superman e outros, todas renumeradas a partir da edição 1. Disponível em: <<https://goo.gl/KoD4vN>>. Acesso em: 7 abr. 2017.

coisas que até volta e meia eu *postava* alguma coisa assim sem sentido, né? Alguma frase de revolta, algum vídeo de uma banda... né?” (JE8, 2016).

O WhatsApp é usado tanto para trabalho quanto para divertimento, assim como o Facebook. Instagram e Snapchat são pouco usados. É pelas redes que também chegam as informações, que conforme ele diz que está nelas “pra se manter atualizado”. Porém, curte apenas uma página de notícias no Facebook: Banda B, de Curitiba. Segundo o jovem, as responsabilidades do dia a dia, principalmente o trabalho, fazem com que não utilize muito as redes sociais, especialmente para conversas. “Eu meio que parei de perder tempo com conversinha assim, tipo, ‘Oi, tudo bem? Novidades?’. Isso daí não rola mais” (JE8, 2016).

A mediação de ritualidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) aparece no consumo midiático de maneira rotineira do jovem. Ele disse que acorda e verifica as redes sociais digitais no caminho ao trabalho. “Às vezes quando eu tô de ônibus eu vejo melhor, quando eu tô dirigindo daí eu vejo um pouquinho só. (risos) É proibido isso, né? Mas às vezes rola” (JE8, 2016). No local de trabalho, verifica com mais atenção e atualiza os perfis da loja e o perfil pessoal. “E no dia eu vou usando mais pra conversar com cliente mesmo, assim” (JE8, 2016). E à noite – ou às vezes antes de ir ao trabalho – assiste à televisão e continua usando o WhatsApp. “Eu chego em casa por volta de oito, oito e meia, converso com quem tem que conversar e não passa muito disso não. Mais pelo Whats mesmo” (JE8, 2016).

5.1.6 Mediação situacional: tevê, rádio e jornal na casa da família

A mediação situacional (OROZCO GÓMEZ, 1994) se refere aos cenários no quais ocorre o consumo midiático, como a escola, trabalho, casa, igreja, entre outros, considerando ainda que o indivíduo pode estar sozinho ou acompanhado nesse processo. Essa a principal mediação imbricada no consumo midiático da jovem evangélica 10, de 20 anos.

“É mais social mesmo no celular que eu mexo”, disse a jovem quando questionada sobre o consumo midiático. Estudante de engenharia civil, ela tem perfil no Facebook por causa dos trabalhos da faculdade. “É mais fácil pra mandar, que daí tem o chat ele já manda o arquivo já, já fica mais rápido do que o e-mail, no caso. Então o Facebook eu só não excluí porque a gente faz bastante trabalho por

ali, que fica mais fácil” (JE10, 2016). A mediação de socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) pode ser associada à rede social digital. Ela ainda tem perfil no Instagram, WhatsApp e Snapchat – mas afirma que não utiliza muito.

Tudo fazem grupo [no Whats] hoje em dia. Amigos, igreja, essas coisas. Geralmente eu sou inútil neles porque eu não respondo. (risos) Geralmente eu não sou o tipo de pessoa que fica conversando assuntos aleatório [sic], geralmente eu converso quando eu preciso de alguma coisa. Aquele tipo interesseira mesmo. (risos). (JE10, 2016).

Percebemos a mediação de ritualidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) quando a jovem – evangélica há cerca de 14 anos – afirma que utiliza as redes sociais digitais quando chega à faculdade, na hora do almoço, antes de dormir (de meia hora a uma hora dependendo do dia) ou “quando não está fazendo nada” – numa fila, por exemplo.

Eu evito mexer quando eu tô com pessoas, quando eu tô fazendo alguma coisa assim. Geralmente quando eu mexo é quando eu tô sozinha ou não tô fazendo nada. Não costumo mexer quando tem alguém tipo junto assim, galera eu evito. Às vezes eu mexo, mas eu acho meio falta de educação assim. Mas eu... mais específico assim mais quando eu tô sozinha, não fazendo nada. É todo dia assim, quando dá. (JE10, 2016).

Sobre a pouca participação nas redes sociais digitais, a jovem afirma que se sente incomodada com a exposição e com as intrigas que são geradas pelas pessoas nas redes:

[...] eu acho, não é que eu não acho certo, mas eu já não gosto de me expor, por exemplo. Justamente porque tem muito isso de intriga, de entender errado. Então eu acho que a rede social hoje as pessoas se expõem demais e não acho que seja uma necessidade. Até foto eu cuido, evito *postar*, seleciono bem o que eu vou *postar*. Eu acho que as pessoas elas se expõem mais do que precisa. (JE10, 2016).

O depoimento se relaciona com o terceiro entorno, o novo ecossistema, em que vivemos hoje e que representa uma mudança do tempo e de todo o contexto sociocultural, que Martín-Barbero (2009b) discute no mapa das mutações culturais. O autor aponta que somos vistos e vemos neste mundo, intermediado pelas redes sociais neste caso específico, e que há uma construção de visibilidade para nós e para os outros (MARTÍN-BARBERO, 2009b).

A jovem também afirma que assiste pouco à televisão. “É difícil. É, tipo, não tem uma hora que eu assisto assim. Tipo, folga eu tento às vezes assistir alguma coisa. Não é fixo” (JE10, 2016). Ela comentou que assiste mais a filmes e séries no Netflix – citou *Grey's Anatomy*, *How to Get Away with Murder*¹⁴⁹ e *Quantico*.

Natural de Irati, interior do Paraná, ela mora em Curitiba há três anos e divide a casa com o irmão, de 26 anos. Quando está na residência dos pais, em Irati (PR), afirma que assiste mais televisão. “Meu pai assiste muito à tevê. Então quando eu tô lá, eu assisto mais jornal, que meu pai assiste. Daí a gente assiste junto. [...] Tipo, aí, vamos fazer alguma coisa em família, vamos assistir uma tevê, um filme... É mais por isso” (JE10, 2016). Essa situação da família no consumo midiático de televisão também pode ser associada à mediação situacional (OROZCO GÓMEZ, 1994) pelo fato de ela assistir mais à tevê quando está na casa dos pais.

A mediação situacional (OROZCO GÓMEZ, 1994) se repete com o consumo de rádio apenas quando a jovem está na residência dos pais. Diariamente, os pais ouvem rádio em casa pela manhã – mediação de ritualidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) –, mas a jovem não lembra quais são as emissoras sintonizadas. “É mais informação... música também, mas... Toca meio tudo” (JE10, 2016).

A família e a mediação situacional (OROZCO GÓMEZ, 1994) também aparecem no consumo midiático de jornal e revista impressa. Quando a jovem e o irmão visitam a tia que mora em Curitiba, cerca de uma vez por mês, recebem o jornal *Gazeta do Povo* e a revista *Veja*¹⁵⁰. “A gente não assina nada assim. Mas quando eu vou na casa da minha tia aqui [Curitiba], ela dá pra gente revista, jornal assim da semana. Mas a gente mesmo não compra” (JE10, 2016). Quando questionada sobre o que mais chama a atenção no jornal, ela diz que vê as notícias mais pela manchete e cita política.

Assim como o consumo midiático que aparece timidamente no dia a dia da jovem evangélica, a busca pela informação também não é tão comum. Ela diz que se informa pelas redes, mas como citado anteriormente não verifica muito. “É mais pelo que falam assim, tipo, pelas redes, pelo Whats” (JE10, 2016).

¹⁴⁹ Ambiciosos calouros de Direito da prestigiada academia East Coast Law School, na qual apenas os melhores alunos podem participar de casos reais, competem entre si para conseguir a atenção da professora Annalise DeWitt (Viola Davis). Disponível em: <<https://goo.gl/lhiJ4k>>. Acesso em: 7 abr. 2017.

¹⁵⁰ Lançada em 1968, a revista descreve em sua página no Facebook que sua missão é “ser a maior e mais respeitada revista do Brasil”. Disponível em: <<https://goo.gl/yixmyq>>. Acesso em: 7 abr. 2017.

5.2 ETNOGRAFIA VIRTUAL NO FACEBOOK

Os resultados da etnografia virtual no Facebook mostram como algumas mediações também aparecem no Facebook a partir das experiências e contexto de cada jovem, que se refletem nos perfis e *posts* na rede social digital. Foram analisados os seis perfis dos jovens que também participaram das entrevistas em profundidade, sendo três jovens em conflito com a lei e três jovens evangélicos. Ao todo, são 134 *posts*, que compreendem quatro meses, de setembro a dezembro de 2016, dos seis perfis no Facebook. Além dos *posts*, foram analisadas as informações de perfil dos jovens.

Os números¹⁵¹ dos perfis dos jovens em conflito com a lei demonstram pouca exposição ou interação na rede social digital. Os três jovens em conflito com a lei têm poucos amigos no Facebook se comparados com os jovens evangélicos. O JCL8 tem 45 amigos na rede social, o JCL1 tem 286 e o JCL11 não tem o número de amigos aberto. Já os três jovens evangélicos têm 624 (JE4), 1.365 (JE10) e 3.157 (JE8) amigos nos perfis do Facebook.

A quantidade de páginas curtidas dos jovens evangélicos também é maior se comparada aos jovens em conflito com a lei: 1.526 (JE8), 281 (JE4), 110 (JE10) e 532 (JCL8), 139 (JCL11), 21 (JCL1). A situação de estarem em conflito com a lei pode estar relacionada à pouca exposição e interação desse grupo de jovens no Facebook, como ainda mostra o número de check-ins comparado aos jovens evangélicos.

O JCL1 não fez check-in na rede social, o JCL8 fez um check-in num shopping em Curitiba e o JCL11 fez 20 check-ins, entre eles, em supermercado em Colombo (PR), Senai, terminal de ônibus em Curitiba, aeroporto de Maringá e uma igreja. No grupo dos jovens evangélicos, a JE10 fez 33 check-ins, entre eles, em igreja, universidade, locais turísticos, de lazer e alimentação; o JE8 fez 56 check-ins, entre eles, em igrejas, cinemas, locais turísticos, de lazer e de alimentação; a JE4 fez 72 check-ins, entre eles, em igrejas, universidade, escola de dança, aeroportos, locais turísticos, de lazer e de alimentação.

Os três jovens evangélicos têm mais *posts* no Facebook no período, um total de 96, em comparação aos três jovens em conflito com a lei, ao todo com 38 *posts*.

¹⁵¹ Os números dos perfis correspondem ao mês de janeiro de 2017.

A tímida participação dos jovens em conflito com a lei reflete o período em que estão na Casa de Semiliberdade, de segunda a sexta-feira, com *posts* apenas aos fins de semana nos dois primeiros meses de análise.

Há ainda poucas curtidas, comentários e respostas a comentários nos perfis dos jovens em conflito com a lei no Facebook. O *post* com maior número de reações é do JCL8, com 23 curtidas e quatro comentários, e traz um trecho da música funk Eu so Pegada MLK, de MC Juninho e MC Fininho. “De dia tô na quebrada é fácil de me encontra, a noite [sic] tô com a fiel eu desligo meu celular” é o texto do *post* que tem uma selfie do JCL8 sozinho com um sorriso tímido tirada do ângulo de baixo para cima. Uma parede com alguns certificados aparece no fundo da foto. Já o *post* com maior número de reações do grupo de jovens evangélicos é da JE10, com 192 curtidas, 18 amei e 18 comentários. A selfie da JE10 com os dois irmãos deitados no colo dela num sofá – os três estão sorrindo e se abraçando – tem a legenda: “Uma foto para fingir que a gente se ama ❤️”. Os *posts* remetem ao que Castells (2003) discute na constituição da sociedade em rede, que é a sociedade em que vivemos, quando a Internet processa a virtualidade e a transforma em nossa realidade. Nesses casos, a partir das vivências e percepções dos jovens.

Os *posts* dos jovens pesquisados foram enquadrados em categorias de acordo o andamento da análise no Facebook nos perfis de ambos os grupos – jovens em conflito com a lei e jovens evangélicos –, assim como a análise de conteúdo também pode ser trabalhada com as categorias criadas *a posteriori*, após a coleta de dados (CÂMARA, 2013). Em alguns casos um *post* se enquadrou em mais de uma categoria. Ao todo, foram identificadas 28 categorias, conforme mostra a (TABELA 1):

TABELA 1 – CATEGORIAS DOS *POSTS* DOS JOVENS NO FACEBOOK

(continua)

CATEGORIA	DEFINIÇÃO
Amizade ¹⁵²	<i>Posts</i> com fotos, mensagens ou marcações de amigos.
Aniversário	<i>Posts</i> relacionados ao aniversário dos jovens pesquisados.
Atualização da foto de perfil	<i>Posts</i> com atualização da foto de perfil dos jovens pesquisados.
Atualização da foto de capa	<i>Posts</i> com atualização de foto de capa dos perfis analisados.
Cachorro/gato	<i>Posts</i> com conteúdos relacionados a cachorros e gatos.
Carros	<i>Posts</i> que tenham como destaque carros, seja nas imagens ou no texto do <i>post</i> .

¹⁵² Categoria considerada apenas quando havia alguma evidência de amizade, seja no texto do *post* ou na marcação.

TABELA 1 – CATEGORIAS DOS POSTS DOS JOVENS NO FACEBOOK

(conclusão)

Comida	<i>Posts relacionados a comida, seja de pratos ou de check-ins em lugares gastronômicos.</i>
Comportamento	<i>Posts sobre personalidade, atitudes, valores, relacionamentos, em alguns casos reflexivos.</i>
Dança	<i>Posts relacionados à dança.</i>
Drogas	<i>Posts relacionados ao uso da maconha.</i>
Família ¹⁵³	<i>Posts com fotos, mensagens ou marcações de família.</i>
Futebol	<i>Posts relacionados a futebol, sejam jogos ou acontecimentos que envolvem o esporte.</i>
Humor	<i>Posts com algum conteúdo engraçado ou irônico.</i>
Jogos	<i>Posts relacionados a jogos ou brinquedos.</i>
Música	<i>Posts com links de vídeos de músicas no YouTube, trechos de música postados em fotos ou apenas como texto.</i>
Lazer	<i>Posts relacionados à diversão, confraternizações, passeios etc.</i>
Lembrança do Facebook	<i>Posts compartilhados por meio da ferramenta lembrança do Facebook.</i>
Literatura	<i>Posts relacionados à literatura e trechos de livros.</i>
Religioso	<i>Posts com músicas gospel, mensagens e reflexões de cunho religioso, versículos bíblicos, fotos na igreja ou encontros entre membros da igreja.</i>
Segurança	<i>Posts com conteúdos relacionados à segurança, como tiroteiros, crimes etc.</i>
Selfie acompanhado(a)	<i>Posts com selfies dos jovens pesquisados acompanhados de outras pessoas, sejam amigos, familiares, colegas etc.</i>
Selfie sozinho(a)	<i>Posts com selfies dos jovens pesquisados sozinhos(as).</i>
Sentimento	<i>Posts com marcação de sentimento ou sentimento exposto no texto do post.</i>
Skate	<i>Post sobre a prática do esporte.</i>
Solidariedade	<i>Post sobre doação de presentes para idosos no Natal.</i>
Tatuagem	<i>Posts relacionados à tatuagem, como promoção para tatuar, número de tatuagens e inspiração para tatuar.</i>
Televisão	<i>Posts relacionados a programas televisivos.</i>
Trabalho/profissão	<i>Posts relacionados ao trabalho/profissão dos jovens pesquisados ou com reflexão sobre atuação profissional.</i>

FONTE: As autoras (2017).

Os conteúdos mais postados pelos jovens em conflito com a lei no Facebook se enquadram nas categorias selfie sozinho (11), comportamento (9), sentimento (9), música (8) e religioso (7), conforme mostra a (TABELA 2). Ao todo foram identificadas 11 categorias.

TABELA 2 – CATEGORIAS DOS POSTS DOS JOVENS EM CONFLITO COM A LEI NO FACEBOOK (continua)

CATEGORIA	NÚMERO DE POSTS
Selfie sozinho	11
Comportamento	9
Sentimento ¹⁵⁴	9

¹⁵³ Categoria considerada apenas quando havia alguma evidência de família, seja no texto do *post* ou na marcação percebida, por exemplo, nas informações do perfil em “membros da família” no Facebook.

TABELA 2 – CATEGORIAS DOS *POSTS* DOS JOVENS EM CONFLITO COM A LEI NO FACEBOOK (conclusão)

Música ¹⁵⁵	8
Religioso	7
Família	2
Futebol	2
Atualização da foto de perfil	2
Atualização da foto de capa	2
Segurança	1
Trabalho/profissão	1

FONTE: As autoras (2017).

O JCL8 foi o que mais *postou* no Facebook entre os jovens em conflito com a lei. Do total de 38 *posts* do grupo, 27 são dele – em apenas um ele foi marcado por uma mulher. As categorias dos *posts* dele são comportamento (9), selfie sozinho (7), música (7, sendo 6 funk e 1 rap), sentimento (6), religioso (6), segurança (1), atualização de foto de capa (1), trabalho/profissão (1), atualização de foto de perfil (1). Três dos *posts* têm marcação de sentimentos, sendo “se sentindo confiante”, “se sentindo abençoado”, “sentindo-se muito feliz”. A foto de perfil do Facebook tem uma selfie sozinho tirada no ângulo de baixo para cima. Na foto, o jovem tem um sorriso tímido e ao fundo aparece uma parede de madeira e armário com porta aberta. Uma imagem de uma praia que mostra a areia, o mar e o céu num pôr do sol ilustra a foto de capa do perfil.

Notamos mudanças no perfil do JCL8 quando adicionado pelo perfil desta pesquisa, em novembro de 2016, até janeiro de 2017. Em novembro, a foto de capa mostrava dois meninos, que aparentavam cerca de cinco anos, encapuzados, com um dos dedos indicadores levantados e na outra mão segurando um rifle cada um, num terraço. Outras imagens de capa utilizadas anteriormente pelo perfil mostravam armas, duas delas com um menino com rifle e outra com uma adolescente com uma arma encostada no rosto. Essas fotos foram apagadas do perfil. Em novembro, o nome do perfil também remetia a um apelido e, em janeiro, o nome e sobrenome foram inseridos como identificação. Em novembro, havia 775 amigos e em janeiro apenas 45.

Esses dados remetem à mediação de identidade e tecnicidade apontada por Martín-Barbero (2009b) no terceiro mapa das mediações. Primeiro, quando o próprio

¹⁵⁴ As marcações de sentimentos foram: “se sentindo confiante”, “se sentindo abençoado”, “se sentindo feliz”, “sentindo-se muito feliz”, “sentindo-se incompleto”.

¹⁵⁵ As músicas incluem os estilos funk (6), rap (1) e gospel (1).

jovem afirma que não se vê mais no perfil antigo do Facebook – ele disse que mudou seus pensamentos após ficar preso, o que teria se refletido no Facebook. Segundo, quando utiliza as possibilidades das redes sociais para “reformular” seu perfil com conteúdos diferentes, sem relação a crimes, e com um contato mais restrito com as pessoas que estão nas redes – o que se relaciona com o depoimento do jovem na entrevista em profundidade sobre o perigo das redes sociais.

O JCL11 tem sete *posts* no Facebook e as categorias são selfie sozinho (3), sentimento (3), futebol (2), família (2), atualização da foto de perfil (1), atualização da foto de capa (1). Três dos *posts* têm marcação de sentimentos, sendo “sentindo-se incompleto”, “se sentindo abençoado”, “se sentindo feliz”. A foto de perfil e de capa são duas selfies sozinho parecidas, com óculos escuros, feição do rosto séria e parede branca ao fundo. Não há *posts* em outubro, novembro e dezembro e antes do período analisado, há *postagens* apenas em junho. Em agosto e julho também não há *postagens*.

Apenas quatro *posts* foram inseridos no Facebook pelo JCL1, sendo um publicado na linha do tempo dele pela irmã. As categorias são família (2), religioso (1), música (1 – gospel), atualização de foto de perfil (1), selfie sozinho (1). Notamos poucas *postagens* em todo o perfil do jovem pesquisado – não há nenhuma publicação antes de outubro de 2016. Porém, o perfil aparecia como ativo no bate-papo do Facebook em algumas vezes quando acessamos a rede social para a pesquisa. Na foto de perfil, ele tem uma selfie sozinho com feição do rosto séria e ao fundo aparece uma parede de cor salmão com porta de ziguezague entreaberta. Não há foto de capa.

Já os conteúdos dos perfis dos jovens evangélicos são mais diversificados enquadrando-se em 27 categorias. Selfie acompanhado(a) (15), amizade (13), lembrança do Facebook (13), religioso (12) e família (11) são as categorias mais *postadas* por esse grupo, conforme mostra a (TABELA 3).

TABELA 3 – CATEGORIAS DOS *POSTS* DOS JOVENS EVANGÉLICOS NO FACEBOOK

(continua)

CATEGORIA	NÚMERO DE <i>POSTS</i>
Selfie acompanhado(a)	15
Amizade	13
Lembrança do Facebook	13
Religioso	12
Família	11

TABELA 3 – CATEGORIAS DOS POSTS DOS JOVENS EVANGÉLICOS NO FACEBOOK

	(conclusão)
Literatura	2
Música ¹⁵⁶	10
Festa	9
Lazer	8
Comida	8
Humor	6
Trabalho/profissão	4
Aniversário	4
Selfie sozinho(a)	4
Comportamento	4
Cachorro/gato	4
Atualização de foto de perfil	3
Sentimento ¹⁵⁷	3
Jogos	3
Futebol	3
Tatuagem	3
Carros	2
Drogas	2
Televisão	1
Solidariedade	1
Skate	1
Dança ¹⁵⁸	1

FONTE: As autoras (2017).

No grupo dos jovens evangélicos, o JE8 foi o que mais *postou* no período analisado – foram 51 dos 96 *posts* do grupo. Dos 51 *posts*, 25 foram publicados na linha do tempo ou tiveram marcação do perfil. As categorias são amizade (9), festa (9), música (8, sendo 6 rock, 1 hardcore e 1 sem estilo), lembrança do Facebook (7), selfie acompanhado (5), humor (4), família (3), lazer (3), comida (3), carros (2), jogos (2), profissão/trabalho (2), comportamento (2), cachorro/gato (2), tatuagem (2), selfie sozinho (2), drogas (2), sentimento (2), televisão (1), futebol (1), solidariedade (1), skate (1), religioso (1), atualização da foto de perfil (1) e literatura (1). Dois dos *posts* têm marcação de sentimentos: “sentindo-se muito feliz” e “se sentindo nostálgico”. A foto de perfil apresenta uma selfie sozinho com olhar lateral, expressão facial séria e boné virado para trás. Na imagem de capa, há uma foto em preto e branco da banda estadunidense de deathcore Chelsea Grin.

A JE4 tem 26 *posts*, sendo seis *postados* por outras pessoas na linha do tempo dela ou com marcação do perfil. As categorias são religioso (9), lembrança do

¹⁵⁶ Músicas dos estilos rock (6), gospel (2) e hardcore (1).

¹⁵⁷ As marcações de sentimentos foram: “sentindo-se de coração partido”, “sentindo-se muito feliz” e “se sentindo nostálgico”.

¹⁵⁸ Balé.

Facebook (5), aniversário (4), comportamento (2), música (2 – gospel), selfie sozinha (2), atualização de foto de perfil (2), lazer (2), humor (2), futebol (2), comida (1), tatuagem (1), cachorro (1), família (1), dança (1 – balé), profissão (1), sentimento (1) e literatura (1). Um *post* tem a marcação de sentimento: “sentindo-se de coração partido”. Na foto de perfil, a jovem está numa selfie sozinha com sorriso tímido e uma parede com um quadro aparece ao fundo. Na imagem de capa, há uma foto de uma nuvem em um céu azul.

Já a JE10 tem 19 *posts*, sendo 15 de outros perfis na linha do tempo dela ou marcações do perfil analisado. As categorias são selfie acompanhada (10), família (7), amizade (4), comida (4), lazer (3), religioso (2), lembrança do Facebook (1), trabalho/profissão (1), jogos (1) e gato (1). A foto de perfil tem uma selfie da jovem sozinha sorrindo e um corredor atrás. Uma foto de galhos de árvore com duas borboletas num pôr do sol ilustra a capa do perfil no Facebook.

As (TABELAS 2 e 3) mostram que os jovens em conflito com a lei apresentam características de individualidade nos *posts* do Facebook. Além de a categoria mais *postada* ser selfie sozinho, não aparecem *posts* sobre lazer, amizade, festas e apenas dois sobre família. A reflexividade sobre comportamentos e a expressão de sentimentos por meio do Facebook pode ser uma forma de os jovens utilizarem a rede para expor seus pontos de vista ou para “mostrar a realidade”, como disse o JE8 durante a entrevista em profundidade. Esses dados podem ser associados à mediação individual (cognitiva) (OROZCO GÓMEZ, 1994) imbricada nos *posts* sobre comportamento a partir dos pontos de vista dos jovens e da pouca exposição na rede social.

Os *posts* dos jovens evangélicos mostram mais sociabilidade com as categorias selfie acompanhado(a), amizade, família, lazer e festas entre as mais *postadas*. Podemos associar esse dado com a mediação de socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) transposta para o Facebook nas relações cotidianas dos jovens pesquisados. Observamos ainda a presença da mediação de tecnicidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) em alguns *posts* da rede social digital quando o JE8 utiliza os instrumentos da rede para expressar o gosto pela música ao mesmo tempo em que convida o público nas redes para comparecer a shows.

A mediação institucional (OROZCO GÓMEZ, 1994; MARTÍN-BARBERO, 2009a) aparece em ambos os grupos quando observados os perfis na rede social digital. No caso dos jovens em conflito com a lei quando há restrição de acesso à

rede social digital, que não pode ser acessada de segunda a sexta-feira enquanto estão na Casa de Semiliberdade, e no caso dos evangélicos com o número de *posts* religiosos entre os mais *postados* e os check-ins em igrejas.

A convergência de meios também aparece nas publicações dos jovens no Facebook quando, por exemplo, conteúdos de jornais impressos e programas televisivos são adaptados para a internet e compartilhados na rede social digital, o que se relaciona com a complementariedade, e não exclusão, dos meios em contexto de convergência (OROZCO GÓMEZ, 2006; PRIMO, 2010; SOUSA, 2000).

Os três jovens evangélicos compartilharam conteúdos da mídia ao todo em 10 *posts* das categorias comportamento (2), humor (2), futebol (1), tatuagem (1), lazer (1), televisão (1), solidariedade (1), comida (1), amizade (1). Os conteúdos se referem principalmente a links de matérias compartilhadas pela mídia – apenas um dos compartilhamentos traz a informação diretamente no *post* e outro *post* tem memes dos personagens Chaves e Seu Madruga, do seriado Chaves¹⁵⁹. Os compartilhamentos foram de conteúdos dos sites e páginas no Facebook do Buzzfeed¹⁶⁰, Mega-curioso¹⁶¹, Desimpedidos¹⁶², Gazeta do Povo¹⁶³, Curitiba Cult¹⁶⁴, Pretinho Básico¹⁶⁵, RPCTV¹⁶⁶, Hypheness¹⁶⁷ e Ultra-curioso¹⁶⁸. Apenas um jovem em conflito com a lei, o JCL8, compartilhou conteúdos da mídia no Facebook em um *post*. A publicação se enquadra nas categorias segurança e música e traz um link¹⁶⁹

¹⁵⁹ Exibida pelo SBT, a comédia de situação trata sobre as interações de um grupo de pessoas que moram em uma vila pobre. Chaves, o protagonista do seriado, é um menino órfão de oito anos que muitas vezes enfrenta problemas com adultos. Disponível em: <<https://goo.gl/UTJBIH>>. Acesso em: 15 mai. 2017.

¹⁶⁰ Disponível em: <<https://goo.gl/tQEIlg>>. Acesso em: 13 jan. 2017.

¹⁶¹ Disponível em: <<https://goo.gl/W5ZQLP>>. Acesso em: 16 jan. 2017.

¹⁶² Canal do YouTube de entretenimento, futebol e humor. Disponível em: <<https://goo.gl/OfzLCb>>. Acesso em: 15 mai. 2017.

¹⁶³ Disponível em: <<https://goo.gl/NaL8sF>>. Acesso em: 14 jan. 2017.

¹⁶⁴ Disponível em: <<https://goo.gl/76fc4K>>. Acesso em: 14 jan. 2017.

¹⁶⁵ Disponível em: <<https://goo.gl/l9Sxyj>>. Acesso em: 14 jan. 2017.

¹⁶⁶ Disponível em: <<https://goo.gl/0Y0FZE>>. Acesso em: 15 mai. 2017.

¹⁶⁷ Disponível em: <<https://goo.gl/zvm9sv>>. Acesso em: 16 jan. 2017.

¹⁶⁸ Disponível em: <<https://goo.gl/W5ZQLP>>. Acesso em: 16 jan. 2017.

¹⁶⁹ Disponível em: <<https://goo.gl/qiMeGw>>. Acesso em: 12 jan. 2017.

do YouTube que intercala uma música funk com matéria sobre tiroteio do programa Cidade Alerta¹⁷⁰.

As interações dos jovens por meio de compartilhamentos, curtidas e comentários no Facebook também remetem à convergência cultural quando o processo de convergência é visto a partir de transformações culturais do público em suas interações sociais com os outros (JENKINS, 2009) – nesta pesquisa vistas no atravessamento das apropriações do próprio consumo midiático.

Durante as entrevistas em profundidade, os jovens falaram que quando estão nas redes sociais digitais se sentem irritados pelas discussões e alguns conteúdos *postados* (JE4 e JE10), estáveis (JE8) e bem porque sabem de tudo que está acontecendo (JCL1 e JCL11). “Ah, eu me sinto fora de casa e dentro de casa. (risos) A mesma coisa de eu tá lá, entende? Ah, como que eu posso dizer? Tudo que acontece eu tô presente, né? Mas mesmo eu tando dentro de casa. É assim que eu me sinto” (JCL11, 2016), 19 anos. Esse último depoimento nos remete novamente à mediação de socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) quando o jovem se sente presente em relações e trocas que acontecem no ambiente virtual. Os resultados ainda se relacionam ao que Winocur (2009) fala sobre o nível de dependência e interação e a necessidade de estar disponíveis uns com os outros gerada com a tecnologia no contexto do público jovem.

Quando questionados se já se arrependeram de algum conteúdo *postado*, falaram que sim – os três jovens evangélicos citaram que se arrependeram de algum conteúdo pelo que viram na ferramenta “lembranças do Facebook”. Eles se arrependem por se expor demais (JE10), postar conteúdos “engraçados que achava muito idiota, alguma piada” (JE4), “só falar sobre skate” (JE8), por marcar a pessoa errada num *post* que era para a esposa (JCL11) e por *postar* um texto reflexivo sobre o tempo que passa e que teve poucas curtidas (JCL1). “Eu mesmo inventei de mim mesmo, né, cara? Só que chegou a apostar [sic] [*postar*] lá e foi só 50 pessoas que curtiu [sic] mesmo e comentaram tudo assim, né? Mas não foi muita coisa, né? Daí na verdade eu me arrependi de ter apostado [sic] [*postado*]” (JCL1, 2016), 18 anos.

¹⁷⁰ Programa jornalístico exibido pela Record TV de segunda a sexta, às 16h45, e aos sábados, às 17h20. Apresentado por Marcelo Rezende, o Cidade Alerta traz notícias, violência urbana e crimes. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/cidade-alerta/>>. Acesso em: 15 mai. 2017.

A maioria das afirmações dos jovens durante as entrevistas em profundidade em relação ao conteúdo que produzem e compartilham no Facebook se confirmou na análise na rede social – apenas um depoimento sobre os *posts* no Facebook não se confirmou na etnografia virtual. O JCL1 disse que compartilha notícias que interessam para as pessoas, como informações sobre futebol, cantores e acidentes. Porém, não há *posts* sobre esses assuntos no perfil no Facebook do jovem.

6 CONSIDERAÇÕES

*“É por isso que muitas igreja [sic] fala [sic] que, que o Facebook é coisa do...
daquele lá, né? Porque Facebook é a única rede social que
não dá pra excluir a conta. Você fica preso pra sempre...”.*
Jovem em conflito com a lei, 19 anos (2016)

É com o depoimento acima do jovem em conflito com a lei, de 19 anos, que transita entre a igreja e a prisão, contextos dos dois grupos analisados nesta pesquisa, a partir do Facebook, que chegamos às considerações desta dissertação. Podemos perceber no discurso desse jovem que as mediações atravessam a própria percepção da rede social digital quando a institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) permeia o consumo midiático. O depoimento se relaciona ainda com os resultados alcançados nesta pesquisa, quando percebemos o intenso atravessamento das mediações no consumo midiático dos jovens pesquisados, interferindo em como se dá esse consumo.

Quando nos perguntamos, no problema de pesquisa, como se dá o consumo midiático de jovens a partir do contexto das mediações diante da transformação da comunicação, chegamos às considerações deste trabalho respondendo que as mediações atravessam intensamente o consumo midiático dos jovens, traduzindo tanto possibilidades quanto limitações na relação com os meios, bem como permeando as apropriações dos conteúdos midiáticos.

No cruzamento dos dados das três técnicas de pesquisa adotadas – grupos focais, entrevistas em profundidade e etnografia virtual no Facebook – como mostram os resultados encontrados, analisados anteriormente, percebemos, por exemplo, que a mediação de socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) sobreposta pela mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) determina o uso de Facebook e do WhatsApp dos jovens. Se não fosse pelo contato com colegas da faculdade, do trabalho, membros da igreja, amigos e familiares, certamente esses jovens não criariam perfis em tais redes sociais, conforme citaram durante a pesquisa. Da mesma forma, a mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) atravessa o consumo midiático televisivo de ambos os grupos – certamente, os jovens em conflito com a lei não assistiriam à televisão com tanta frequência, e a apropriação dos conteúdos televisivos por parte dos jovens evangélicos seria diferente.

A tecnicidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) também permeia o consumo midiático quando abarca possibilidades de instrumentos e valores atribuídos às redes sociais. Um jovem em conflito com a lei conta, por exemplo, que o “WhatsApp salvou a vida da avó” e uma jovem evangélica consome conteúdos televisivos e nas redes sobre futebol para manter contato com o pai principalmente pelo WhatsApp.

A ritualidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a) determina hábitos quanto ao consumo midiático desses jovens quando os que estão em conflito com a lei organizam a rotina para acompanhar programas televisivos, por exemplo, e os evangélicos ouvem rádio enquanto dirigem e normalmente indo ao trabalho. A mediação situacional (OROZCO GÓMEZ, 1994) atravessando o consumo midiático, por exemplo, é percebida quando uma jovem evangélica conta que assiste à televisão normalmente apenas no ambiente de trabalho e outra jovem só tem acesso a revistas e jornal impresso quando está na casa da tia.

A mediação videotecnológica (OROZCO GÓMEZ, 1994) ainda atravessa o consumo midiático dos jovens quando a televisão abarca possibilidades de reconhecimento por parte dos jovens em conflito com a lei. A cognitividade (OROZCO GÓMEZ, 1994) também permeia esse consumo na rejeição da televisão, por exemplo, por um jovem em conflito com a lei quando não vê sua realidade mostrada na tela da tevê.

Percebemos ainda que em alguns casos há sobreposição de mediações atravessando o consumo midiático dos jovens, conforme detalhado anteriormente, o que reforça a intensidade de múltiplas mediações (OROZCO GÓMEZ, 1994) interferindo. A família, a religião e a classe também “moldam” a relação dos sujeitos pesquisados com os meios e a apropriação de conteúdos. No caso dos evangélicos, por exemplo, quando assistem à televisão muitas vezes apenas porque a família assiste e quando julgam que alguns conteúdos “não são de Deus”. No caso dos jovens em conflito com a lei, aos fins de semana a família circunda o consumo midiático deles, reunindo-se em torno da televisão para acompanhar jogos de futebol e a classe aparece como limitadora para o consumo de Netflix e uso de celular, por exemplo.

Há ainda semelhanças no consumo midiático dos jovens, como o uso intenso de redes sociais em ambos os grupos, principalmente de WhatsApp e Facebook, e quase nenhuma leitura de jornal e revistas impressas; e diferenças, como a televisão e o rádio muito usados pelos jovens em conflito com a lei e pouco

consumidos pelos evangélicos. As mediações são determinantes tanto nas semelhanças quanto nas divergências identificadas no consumo midiático dos grupos, e as características gerais dos grupos também são permeadas pela subjetividade dos jovens, conforme pode ser visto principalmente nos resultados das entrevistas em profundidade analisados anteriormente.

A perspectiva multimetodológica permitiu um olhar mais abrangente sobre o atravessamento das mediações no consumo midiático dos jovens a partir da aplicação dos grupos focais; a compreensão mais aprofundada sobre como se dá o consumo midiático a partir do contexto das mediações e vivências de cada jovem nas entrevistas em profundidade; e a identificação das mediações transpostas para o Facebook na etnografia virtual, bem como a circulação de conteúdos na rede social digital.

Conforme analisados anteriormente, os resultados dos grupos focais e das entrevistas em profundidade se assemelham quando reforçam:

- a) o atravessamento de mediações no consumo midiático de jovens, como a ritualidade, a tecnicidade, a socialidade, a identidade, a cognitividade (MARTÍN-BARBERO, 2009a, 2009b), a institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994), a individual (cognitiva), a situacional e a videotecnológica (OROZCO GÓMEZ, 1994);
- b) a diversidade de perfis dos jovens nas redes sociais digitais permeada pela mediação de socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a), com uso principalmente de Facebook e WhatsApp;
- c) o consumo de rádio que difere nos dois grupos de jovens imbricado pela mediação de ritualidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a);
- d) a televisão que aparece pouco no consumo midiático de jovens evangélicos e intensamente no caso dos em conflito com a lei permeada pela mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994);
- e) a tímida presença de jornais e revistas impressas no consumo midiático dos jovens;
- f) o uso de mais de uma mídia ao mesmo tempo, como rádio e televisão, e televisão e internet, o que remete à convergência cultural e de meios;
- g) e a informação, além de sites, redes sociais digitais, televisão e rádio, que os jovens recebem a partir de amigos, familiares, vizinhos e colegas de

trabalho atravessada pela mediação de socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a).

As entrevistas em profundidade evidenciaram ainda o consumo midiático permeado por mediações de acordo com o contexto, vivências e experiências de cada jovem. Observamos, por exemplo, a mediação de ritualidade presente no consumo midiático de uma jovem evangélica na busca por conteúdos de futebol para manter contatos com o pai – os pais dela se separaram quando ela tinha sete anos –, o que não apareceu durante a aplicação dos grupos focais. Um jovem em conflito com a lei também contou sobre sua insegurança no uso das redes sociais digitais, que não foi comentada durante o grupo focal.

As mediações de acordo com o contexto no qual os jovens estão inseridos também são transpostas para o Facebook. Os *posts* compartilhados pelos jovens na rede social digital também são atravessados por mediações como a institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) e a socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a), com a família e a religião como categorias presentes em conteúdos publicados na rede social por ambos os grupos analisados. A tímida participação e exposição dos jovens em conflito com a lei no Facebook pode estar relacionada à condição de estar em conflito com a lei, o que também se relaciona com a mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) – além disso, as publicações desses jovens remetem à mediação individual (cognitiva) (OROZCO GÓMEZ, 1994).

Os resultados das três técnicas de pesquisa mostram que a convergência cultural e de meios está atrelada ao consumo midiático dos jovens. A convergência se relaciona com o consumo midiático dos jovens vista sob a perspectiva de transformações culturais (JENKINS, 2009; QUINN, 2006) também discutidas na abordagem multidisciplinar do consumo (CANCLINI, 2015) e na teoria das mediações, de Jesús Martín-Barbero. Dessa maneira, a convergência perpassa o consumo midiático de ambos os grupos com o uso de mais de um meio ao mesmo tempo, a inserção de possibilidades tecnológicas no dia a dia desses jovens, principalmente na relação com as redes sociais digitais, e a mudança na apropriação de conteúdos com o atravessamento da mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994).

O intenso atravessamento da mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) no consumo midiático dos jovens

também aparece nas três técnicas de pesquisa. Essa mediação é observada, por exemplo, nas restrições que os jovens em conflito com a lei têm em relação ao uso da internet no período em que estão na Casa de Semiliberdade, intensificando o consumo de televisão e de rádio por parte desses jovens, o que se reflete na apropriação de conteúdos. No caso dos evangélicos, por exemplo, a institucionalidade pode ser vista na interação de membros da igreja em grupos de WhatsApp e na apropriação de conteúdos que em alguns casos são restringidos por serem considerados inadequados. Os *posts* dos jovens no Facebook também são permeados pela mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) quando a categoria religião aparece entre os conteúdos mais publicados pelos evangélicos e quando o baixo número de *posts* dos jovens em conflito com a lei pode estar relacionado à restrição de uso de internet.

A mediação de institucionalidade (MARTÍN-BARBERO, 2009a; OROZCO GÓMEZ, 1994) permeada no consumo midiático dos jovens nos remete às instituições totais, nas quais todos os aspectos da vida se realizam sob uma única autoridade e no mesmo local, e as atividades são rigorosamente estipuladas (GOFFMAN, 2015). As normas estabelecidas Casa de Semiliberdade de Curitiba, por exemplo, se refletem no consumo midiático dos jovens em conflito com a lei, e os princípios da igreja, instituição total dos evangélicos, atravessam o consumo midiático desses jovens.

Percebemos ainda, como apontam outros estudos (DORNELES, 2003), o meio como mediação da própria cultura, identidade e cotidianidade dos jovens. A televisão pode ser vista como mediação no consumo midiático dos jovens em conflito com a lei, abarcando possibilidades de reconhecimento com informações sobre o que acontece fora da instituição na qual convivem. Por outro lado, no consumo midiático dos evangélicos, o WhatsApp medeia a relação dos jovens com a igreja a partir da criação de grupos específicos para trocas de informações.

As mediações identificadas no consumo midiático dos jovens perpassam os três mapas das mediações propostos por Martín-Barbero (2009a, 2009b, 2009c), quando trazem, por exemplo, desde a cotidianidade familiar, nas primeiras mediações exploradas pelo autor, até as mediações comunicativas da cultura, chegando às mutações culturais discutidas no mapa mais recente, de 2009. Ainda sobre o arcabouço teórico tensionado com os resultados desta pesquisa, apesar de o modelo das múltiplas mediações de Orozco Gómez trabalhar sob a perspectiva da

recepção televisiva, identificamos a proposta do autor no consumo de outros meios por estarem diante de contextos semelhantes e permeados pelas mesmas mediações, conforme mostrado anteriormente.

Quando Martín-Barbero (2009b, 2009c) discute as transformações principalmente culturais ao sugerir o mapa mais recente das mediações e, como Canclini (2015), pensa a globalização e a identidade na vida cotidiana, podemos dizer que enquanto sociedade estamos sujeitos a constantes transformações. A comunicação hoje, por exemplo, acontece mediada pela tecnologia das redes sociais digitais quando estando na mesma casa a família conversa pelo WhastApp. E, no futuro, certamente sofrerá outras transformações.

Como pontua Tárzia (2015), as incertezas, a fluidez, os procedimentos em fluxos talvez sejam o que melhor defina o momento atual no contexto da convergência. Diante dessas incertezas e dessa fluidez, a pesquisa permite fazer pensar, descobrir, compartilhar e abrir possibilidades, por menores que sejam. “A pesquisa é compartilhamento, ainda que isso, nem sempre se dê a ver: entre leitor, intérprete, autor, estudioso, pesquisador, professor, tradutor, cientista, artista” (HISSA, 2013, p. 17).

Assim, compartilhamos este estudo abrindo possibilidades para discussões e interpretações. Como toda pesquisa, apresentamos recortes feitos a partir de escolhas teórico-metodológicas. Não pretendemos generalizar os dados, nem desconsiderar outras possíveis abordagens. Enfoques distintos certamente trariam outros resultados, como ao invés de abordar o consumo midiático em diferentes meios aprofundar o estudo de apenas um deles, ou então trabalhar o consumo de programas específicos que apareceram durante a pesquisa, como novelas, jornais, séries. Um estudo mais aprofundado sobre como os jovens se informam, conforme apareceu nesta pesquisa, pelas redes sociais, sites, televisão, rádio e pelo que as pessoas dizem, ainda seria (ou pode ser) possível. Diante disso, ao invés de escrever “considerações finais” deixamos as considerações e esta pesquisa aberta para outras possibilidades de estudos e enfoques, referenciando, Cássio E. Viana Hissa (2013).

“O mundo é feito de aberturas que dão para outras”.

Cássio E. Viana Hissa (2013, p. 17)

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Sonia. **Redes sociais e tecnologias digitais de informação e comunicação**: relatório final de pesquisa. Rio de Janeiro: Nupef, 2006. Disponível em: <<http://goo.gl/unhalZ>>. Acesso em: 13 jun. 2016.

BACCEGA, Maria Aparecida. Inter-relações comunicação e consumo na trama cultural: o papel ativo do sujeito. In: CARRASCOZA, João Anzanello; ROCHA, Rose de Melo (Orgs.). **Consumo midiático e culturas da convergência**. São Paulo: Miró Editorial, 2011. p. 26-44.

_____. Comunicação e consumo. In: CITELLI, Adilson. et al. (Orgs.). **Dicionário de comunicação**: escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014. p. 53-65.

BAITELLO JUNIOR, Norval. A cultura do eco. In: _____. **A era da iconofagia**: ensaios de comunicação e cultura. São Paulo: Hacker Editores, 2005. p. 45-97.

BONIN, Jiani Adriana. Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação. In: MALDONADO, Alberto Efendy. et al. **Metodologias da pesquisa em Comunicação**: olhares, trilhas e processos. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 19-42.

BORELLI, Silvia H. S.; ROCHA, Rose de Melo; OLIVEIRA, Rita de Cássia Alves (Coord.) **Jovens na cena metropolitana**: percepções, narrativas e modos de comunicação. São Paulo: Paulinas, 2009.

BORELLI, Viviane. Comunidade de recepção e os sentidos do religioso e do midiático. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (COMPÓS), 19., 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: Compós, 2010. Disponível em: <<http://goo.gl/vJ8wyk>>. Acesso em: 25 mai. 2016.

BRAGA, José Luiz. A prática da pesquisa em comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. **E-Compós**, Brasília, v. 14, p. 1-33, jan./abr. 2011. Disponível em: <<https://goo.gl/TK4pYn>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

BURAK, Solum Donas. Adolescencia y juventud: viejos y nuevos desafíos en los albores del nuevo milenio. In: BURAK, Solum Donas (Coord.). **Adolescencia y juventude en América Latina**. Cartago: Libro Universitario Regional, 2001. p. 23-39.

CÂMARA, Rosana Hoffman. Análise de conteúdo: da teoria à prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações. **Gerais: Revista Interinstitucional de Psicologia**, Belo Horizonte, v. 6, n. 2, jul. 2013. Disponível em: <<https://goo.gl/TK4pYn>>. Acesso em: 18 mai. 2017.

CANCLINI, Néstor García. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

_____. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 8. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

CASTELLS, Manuel. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Por outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 255-287.

CONTRERA, Malena Segura. Mediosfera – a ação dos meios no imaginário. In: _____. **Mediosfera: meios, imaginário e desencantamento do mundo**. São Paulo: Annablume, 2010. p. 55-71.

COSTA, Maria Eugênia Belczak. Grupo focal. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014. p. 180-192.

COUTINHO, Laura Maria. **O estúdio de televisão e a educação da memória**. Brasília: Plano Editora, 2003.

DORNELES, Luciana Bochi. **Adolescentes privados de liberdade e a televisão: estudo do meio como mediação**. 184 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: _____.; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014. p. 62-83.

FERNÁNDEZ-PLANELL, Ariadna. Análisis del uso de los medios por las generaciones más jóvenes. El movimiento 15M y el Umbrella Movement. **El profesional de la información**, Barcelona, v. 24, n. 4, p. 371-379, jul./ago. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/T1NxUW>>. Acesso em: 18 mai. 2016.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GIRARDI JR., Liráucio. **Pierre Bourdieu: questões de sociologia e comunicação**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2007.

GOFFMAN, Erwin. **Manicômios, prisões e conventos**. 9. ed. São Paulo: Perspectiva, 2015.

GUTIÉRREZ, Jesús. Grupo de discusión: ¿prolongación, variación o ruptura con el focus group? **Cinta de Moebio** – revista de epistemología de Ciencias Sociales, Chile, n. 41, p. 105-122, 2011. Disponível em: <<https://goo.gl/anQodo>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.

HISSA, Cássio E. Viana. **Entrenotas: compreensões de pesquisa**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo Demográfico 2010. Disponível em: <<https://goo.gl/6CQCVD>>. Acesso em: 2 fev. 2017.

JACKS, Nilda. Repensando os estudos de recepção: dois mapas para orientar o debate. **Ilha** – Revista de Antropologia, Florianópolis, v. 10, n. 2, p. 17-35, 2008. Disponível em: <<https://goo.gl/ljvllH>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

JACKS, Nilda; RONSINI, Veneza Mayora. Pensamento contemporâneo latino-americano. In: CITELLI, Adilson. et al. (Orgs.). **Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores**. São Paulo: Contexto, 2014. p. 349-358.

JACKS, Nilda (Coord.); TOALDO, Mariângela M. (Org). **Brasil em números: dados para pesquisas de comunicação e cultura em contextos regionais**. Florianópolis: Insular, 2014.

JACKS, Nilda. et al. Jovem e consumo midiático: dados preliminares do estudo piloto e da pesquisa exploratória. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (COMPÓS), 23., 2014, Belém. **Anais eletrônicos...** Belém: Compós, 2014. Disponível em: <<http://goo.gl/576ynQ>>. Acesso em: 20 jun. 2016.

JACKS, Nilda. et al. Pequeno relato de um grande esforço: “jovem e consumo midiático em tempos de convergência”. **Contemporanea** – Revista de Comunicação e Cultura, Salvador, v. 13, n. 1, 2015. Disponível em: <<http://goo.gl/TPN6dV>>. Acesso em: 25 de jan. de 2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

JOHN, Valquiria Michela. **Mundos possíveis e telenovela: memórias e narrativas melodramáticas de mulheres encarceradas**. 200 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

JOSGRILBERG, Fabio B. Lócus digital: um lugar entre tantos outros. **Revista Palavra Clave**, Bogotá, v. 15, n. 1, p. 10-25, 2012. Disponível em: <<https://goo.gl/e0JtbD>>. Acesso em: 15 set. 2016.

KOHL, Chirlei; QUADROS, Claudia Irene de. A relação das mediações com o consumo midiático de jovens ante a convergência. In: CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN (ALAIC), 13., 2016, Cidade do México. **Anais eletrônicos...** México: Alaic, 2016a. Disponível em: <<https://goo.gl/gHn362>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

KOHL, Chirlei; QUADROS, Claudia Irene de. De que jovens estamos falando? Perspectivas metodológicas sobre consumo midiático e convergência de meios nas pesquisas de Comunicação no Brasil. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 17., 2016, Curitiba. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Intercom, 2016b. Disponível em: <<https://goo.gl/h5Kord>>. Acesso em: 20 ago. 2016.

LÉVY, Pierre. **A conexão planetária: o mercado, o ciberespaço, a consciência.** São Paulo: Editora 34, 2001.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Mediação e recepção: algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 8, n.1, p. 21-44, jan/jun. 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/p7EmRH>>. Acesso em: 25 out. 2015.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; OROFINO, Maria Isabel Rodrigues. Jesús Martín-Barbero. In: CITELLI, Adilson. et al. (Orgs.). **Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores.** São Paulo: Contexto, 2014. p. 364-369.

LOPES, Daniel Barsi. A importância da pesquisa exploratória na processualidade teórico-metodológica da investigação em comunicação. In: MALDONADO, Alberto Efendy; BONIN, Jiani Adriana; ROSÁRIO, Nísia Martins do (Orgs.). **Perspectivas metodológicas em comunicação: desafios na prática investigativa.** João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2008. p. 283-297.

MARGULIS, Mario. Juventud: una aproximación conceptual. In: BURAK, Solum Donas (Coord.). **Adolescencia y juventude en América Latina.** Cartago: Libro Universitario Regional, 2001. p. 41-56.

MARTÍN-BARBERO; Jesús. Conversaciones con Jesús Martín-Barbero: de los medios y los oficios a las mediaciones y las prácticas. In: VELÉZ, Marta Elena Montoya. **¿Un nuevo modelo de comunicación en América Latina?** México: Fundación Manuel Bondía, 1992. p. 21-39.

_____. Comunicação e mediações culturais. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (RBCC)**, São Paulo, v. 23, n. 1, p. 151-163, jan./jun. 2000. Entrevista concedida a Claudia Barcelos. Disponível em: <<https://goo.gl/yCXVlt>>. Acesso em: 22 ago. 2015.

_____. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Por outra comunicação.** Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 57-86.

_____. **Ofício de Cartógrafo** – travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

_____. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009a.

_____. As formas mestiças da mídia. **Revista Pesquisa Fapesp**, São Paulo, n. 163, p. 10-15, set. 2009b. Entrevista concedida a Mariluce Moura. Disponível em: <<https://goo.gl/3Qe4aP>>. Acesso em: 30 jan. 2017.

_____. Uma aventura epistemológica. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 143-162, 2009c. Entrevista concedida à Maria Immacolata Vassalo de Lopes. Disponível em: <<https://goo.gl/vbtoj7>>. Acesso em: 20 out. 2015.

MARTINO, Luiz Claudio. Panorama da pesquisa empírica em comunicação. In: BRAGA, José Luiz; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; MARTINO, Luiz Claudio (Orgs.). **Pesquisa Empírica em Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010. p. 135-160.

MATTELART, Armand. **A globalização da comunicação**. 2. ed. Bauru, SP: Edusc, 2002.

MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, n. 28, p. 33-63, 2007. Disponível em: <<https://goo.gl/vB2c7F>>. Acesso em: 27 nov. 2015.

MONEDERO, Claudia Herrán. Un salto no dado: de las mediaciones al sentido. In: OROZCO GÓMEZ, Guillermo (Coord.). **Televidencia: perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva**. México: Universidad Iberoamericana, 1994. p. 29-53.

MORAES, Dênis de. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, São Cristóvão, v. 9, n. 2, 2007. Disponível em: <<https://goo.gl/5inaaj>>. Acesso em: 25 jun. 2015.

MORIN, Edgar. Uma mundialização plural. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Por outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 349-366.

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. Jovens e celulares: a cultura do atalho e da sociabilidade instantânea. In: ROCHA, Everardo; ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; EUGENIO, Fernanda (Orgs.). **Comunicação, consumo e espaço urbano: novas sensibilidades nas culturas jovens**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, Mauad, 2006. p. 53-70.

OROZCO GÓMEZ; Guillermo (Coord.). **Televidencia: perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva**. México: Universidad Iberoamericana, 1994.

OROZCO GÓMEZ; Guillermo. Medios, audiencias y mediaciones: el reto de conocer para transformar. **Comunicar** – Revista Científica de Comunicação e Educação, Huelva (Espanha), v. 5, n. 8, p. 25-30, 1997. Disponível em: <<https://goo.gl/CNwdDD>>. Acesso em: 23 ago. 2016.

_____. “Televidencias”, una perspectiva epistemológica para el análisis de las interacciones con la televisión. In: OROZCO GÓMEZ; Guillermo (Coord.) **Lo viejo y**

lo nuevo: investigar la comunicación en el siglo XXI. Madri: Ediciones de la Torre, 2000. p. 109-119.

_____. **Televisión, audiencias y educación.** Colômbia: Grupo Editorial Norma, 2001.

_____. **Comunicação social e mudança tecnológica:** um cenário de múltiplos desordenamentos. In: MORAES, Dênis de (Org.). Sociedade midiaticizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 81-98.

_____. **Educomunicação:** recepção midiática, aprendizagens e cidadania. São Paulo: Paulinas, 2014.

PERES-NETO, Luiz. Guillermo Orozco Gómez. In: CITELLI, Adilson. et al. (Orgs.). **Dicionário de comunicação:** escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014. p. 358-364.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014. p. 125-145.

POOL, Ithiel de Sola. **Technologies of freedom.** United States of America: Harvard College, 1983.

PRIMO, Alex. Crítica da cultura da convergência: participação ou cooptação. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de (Orgs.). **Convergências midiáticas:** produção ficcional – RBSTV. Porto Alegre: Sulina, 2010. p. 21-32.

QUADROS, Claudia Irene de; QUADROS JR, Itanel Bastos de. Produtos jornalísticos como estratégias para atrair o público. In: CONGRESSO MUNDIAL DE COMUNICAÇÃO IBERO-AMERICANA, 1., 2011, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Confibercom, 2011. Disponível em: <<http://goo.gl/7CWLMP>>. Acesso em: 12 jul. 2015.

QUINN, Stephen. **Conversations on convergence:** insiders' views on news production in the 21st century. New York: Peter Lang International Academic Publishers, 2006.

RETONDAR, Anderson Moebus. **Sociedade de consumo, modernidade e globalização.** São Paulo: Annablume; Campina Grande: EDUEFCG, 2007.

ROCHA, Everardo; BARROS, Carla. Cultura, mercado e bens simbólicos: notas para uma interpretação antropológica do consumo. In: TRAVANCAS, Isabel; FARIAS, Patricia (Orgs.). **Antropologia e comunicação.** Rio de Janeiro: Garamond, 2003. p. 181-208.

ROCHA, Everardo. Coisas estranhas, coisas banais: notas para uma reflexão sobre o consumo. In: ROCHA, Everardo; ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; EUGENIO, Fernanda (Orgs.). **Comunicação, consumo e espaço urbano:** novas sensibilidades nas culturas jovens. Rio de Janeiro: PUC-Rio, Mauad, 2006. p. 15-34.

ROCHA, Everardo; PEREIRA, Cláudia. **Juventude e consumo**: um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

RONSINI, Veneza V. Mayora. **Mercadores de sentido**: consumo de mídia e identidades juvenis. Porto Alegre: Sulina, 2007.

_____. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (COMPÓS), 19., 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: Compós, 2010. Disponível em: <<https://goo.gl/TXh8To>>. Acesso em: 10 set. 2016.

SCHMITZ, Daniela Maria. A construção de estratégias multimetodológicas para pesquisar a recepção de moda em revista. In: MALDONADO, Alberto Efendy; BONIN, Jiani Adriana; ROSÁRIO, Nísia Martins do (Orgs.). **Perspectivas metodológicas em comunicação**: desafios na prática investigativa. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2008. p. 83-101.

_____. **Vivendo um projeto em família**: consumo midiático, beleza feminina e o sonho juvenil de ser modelo profissional. 308 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

_____. Será que o jovem só vê TV? A juventude nas pesquisas de recepção. In: JACKS, Nilda (Org.). **Meios e audiências II**: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 187-216.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2002.

_____. Mídia e vida cotidiana: elementos para uma teoria da mediação. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (RBCC)**, São Paulo, v. 28, n. 2, p. 127-136, jul./dez. 2005. Entrevista concedida a Veneza Mayora Ronsini. Disponível em: <<https://goo.gl/QDnHMH>>. Acesso em: 20 mai. 2015.

SIMÃO, Núbia da Cunha. **Violência e cidadania**: a recepção do Programa Chumbo Grosso junto ao jovem em conflito com a lei. 174 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2012.

SOUSA, Mauro Wilton de. Novos cenários no estudo da recepção mediática. In: LOPES, Dirceu Fernandes; TRIVINHO, Eugênio (Orgs.). **Sociedade mediática**: significação, mediações e exclusão. Santos, SP: Ed. Universitária Leopoldianum, 2000. p. 77-89.

SOUSA SANTOS, Boaventura de (Org.). **A globalização e as ciências sociais**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

TÁRCIA, Lorena Péret Teixeira. **Tramas da convergência**: cartografia de dispositivos acoplados na cobertura dos Jogos Olímpicos de Verão pela BBC em

2012. 357 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 14. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

TOALDO, Mariângela; JACKS, Nilda. Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (COMPÓS), 22., 2013, Salvador. **Anais eletrônicos...** Salvador: Compós, 2013. Disponível em <<http://goo.gl/Ag2d5l>>. Acesso em: 25 jan. 2016.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2005.

WILLIAMS, Raymond. **Palavras-chave**: um vocabulário de cultura e sociedade. São Paulo: Boitempo, 2007.

WINOCUR, Rosalía. **Robinson Crusoe ya tiene celular**: la conexión como espacio de control de la incertidumbre. México: Siglo XXI, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, 2009.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Portugal: Difusão Editorial, 1999.

APÊNDICE 1 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você, _____, está sendo convidado a participar de uma pesquisa intitulada “Consumo Midiático de Jovens em Contexto de Convergência de Múltiplas Mediações” (título inicial provisório) desenvolvida no Mestrado em Comunicação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). A pesquisadora responsável pelo estudo é Chirlei Diana Kohls, jornalista, mestranda e bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Eventuais dúvidas sobre o estudo podem ser esclarecidas pelos contatos: (41) 3205-3540/ (47) 9993-0553 ou chirleidiana@gmail.com

- a) O objetivo desta pesquisa é comparar e verificar como se dá o consumo midiático de jovens inseridos em contextos socioculturais diferentes ante a convergência de meios e as múltiplas mediações.
- b) Caso você participe da pesquisa, será necessário participar de um grupo focal, que é uma entrevista coletiva, e de outras técnicas de pesquisa, como entrevista em profundidade e netnografia, nas quais seus hábitos de consumo midiático são observados presencialmente e no ambiente digital e você comenta sobre eles nas entrevistas.
- c) Sobre os riscos que envolvem a pesquisa, é importante ressaltar que sua identidade não será revelada em nenhum momento da pesquisa, que pretende fazer um recorte em realidades socioculturais distintas enfatizando as formas de consumo e relações destes públicos com a mídia. Serão utilizados nomes fictícios quando se tratar dos jovens envolvidos na pesquisa.
- d) A relevância da pesquisa se dá tanto para o mercado jornalístico e meios de comunicação como para outras áreas, pois, por exemplo, não há como dissociar relações cotidianas dos jovens do consumo midiático.
- e) Estão garantidas todas as informações que você queira, antes, durante e depois do estudo.
- f) A sua participação nesta pesquisa é voluntária. Contudo, se você não quiser mais fazer parte do estudo, poderá solicitar de volta o termo de consentimento livre e esclarecido assinado.
- g) A sua entrevista será gravada, respeitando-se completamente o seu anonimato.

- h) Todas as despesas necessárias para a realização da pesquisa não são da sua responsabilidade.

Eu, _____, li o texto acima e compreendi a natureza e objetivo da pesquisa da qual fui convidado a participar. A explicação que recebi menciona riscos e benefícios do estudo, bem como técnicas de pesquisa a serem utilizadas. Eu entendi que sou livre para interromper minha participação no estudo a qualquer momento. Eu concordo voluntariamente em participar desta pesquisa.

(Assinatura do sujeito de pesquisa ou responsável legal)

RG: _____

Identificação do responsável:

Nome completo: _____

RG: _____

Curitiba, ____ de _____ de 2016.

APÊNDICE 2 – ROTEIRO SEMI-ESTRUTURADO DE GRUPO FOCAL

- 1) Como é o contato de vocês com a mídia no dia a dia? Como é o dia a dia de vocês relacionado à mídia?
- 2) Este contato com a mídia é o mesmo durante a semana e aos finais de semana?
- 3) E como se informam? Através de quais meios, programas, telejornais etc.?
- 4) E vocês perceberam alguma mudança nesse consumo de mídia em períodos diferentes, por causa de algum conteúdo, programa específico por exemplo, ou é sempre uma constância?
- 5) O que leva vocês ao uso dessas mídias? O que motiva vocês a assistir determinado programa, por exemplo?
- 6) E como é a produção e circulação de conteúdo de vocês? Queriam saber um pouco qual é o comportamento ativo de vocês nas redes e nas trocas diárias sobre o que a mídia divulga. Vocês conversam sobre o que a mídia divulga?
- 7) Vocês costumam usar todos a mesma mídia? Ou consomem mais de uma mídia ao mesmo tempo?
- 8) Como as imagens estão relacionadas ao consumo de mídia de vocês? Vocês prestam muita atenção nas cenas dos programas televisivos, por exemplo, ou deixam a televisão ligada e fazem outras coisas?

APÊNDICE 3 – ROTEIRO SEMI-ESTRUTURADO DE ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE

- 1) Quais mídias você utiliza no seu dia a dia? E quais conteúdos midiáticos consome?
- 2) Como é a sua rotina de uso da mídia?
- 3) Você percebe alguma diferença do consumo da mídia dependendo do ambiente em que você está? E isso mudou com o tempo?
- 4) O que motiva você a usar essas mídias? O que você sente quando consome conteúdo nas redes?
- 5) Como você se informa? Através de quais meios, programas, telejornais etc.?
- 6) Como você avalia os conteúdos que consome? Você compartilha imediatamente?
- 7) O que você costuma *postar* nas redes sociais digitais? Já se arrependeu de algo que *postou*? O quê?

ANEXO 1 – REQUERIMENTO E TERMO DE COMPROMISSO DE PESQUISA



REQUERIMENTO E TERMO DE COMPROMISSO DE PESQUISA

Ao Diretor do Departamento de Atendimento Socioeducativo

Eu, **Chirlei Diana Kohls**, brasileiro(a), acadêmico(a) do curso
de **mestrado em Comunicação** venho por meio deste requerer autorização para realizar
pesquisa no(a) **Casa de Semiliberdade de Curitiba**.

CONCEDENTE		
Nome do órgão	CNPJ	
Secretaria de Estado da Justiça, Cidadania e Direitos Humanos	40.245.920/0001-94	
Rua/Avenida	Número	
Rua Jacy Loureiro de Campos, Palácio das Araucárias	s/ nº	
Bairro/Distrito	CEP	Município
Centro Cívico	80.530-915	Curitiba
Sítio	Telefone (com DDD)	Fax (com DDD)
http://www.justica.pr.gov.br/	(41)3210-7202	(41)3210-7202
-----Representada por-----		
Nome	Cargo/Função	
Pedro Giamberardino	Diretor do Departamento de Atendimento Socioeducativo	
CEDENTE		
Nome da Instituição (de Ensino ou responsável pela pesquisa)	CNPJ	
Universidade Federal do Paraná (UFPR)	75.095.679/0001-49	
-----Endereço Comercial-----		
Rua/Avenida	Número	Complemento
Rua Bom Jesus	650	PPGCOM/UFPR

Handwritten signatures and initials in blue ink.

Bairro/Distrito	CEP	Município
Juvevê	80035-010	Curitiba
E-mail	Telefone (com DDD)	Fax (com DDD)
ppgcom@ufpr.br	41-3313-2025	
-----Representada por-----		
Nome	Cargo/Função	
Regiane Regina Ribeiro	Coordenadora-PPGCOM	
PESQUISADOR		
Nome do(a) Pesquisador(a)		
Chirlei Diana Kohls		
RG	CPF	Data de Nascimento
5.079.050-1	057.328.359-11	07/09/1987
Série/Período		Ano/Turma
1º ano		2015
Curso		Matrícula
Mestrado em Comunicação		201500031596
Rua/Avenida	Número	Complemento
Avenida José de Alencar	2120	Ap 22 bloco C
Bairro/Distrito	CEP	Município
Juvevê	80040-070	Curitiba
E-mail	Telefone (com DDD)	Celular (com DDD)
chirleidiana@gmail.com	41 3205-3540	47 9993-0553
Outro e-mail para contato	Outros telefones para contato (com DDD)	
	47 3395-0789 ramal 233	

Celebra-se, desta forma, este Termo de Compromisso de Pesquisa entre o Departamento de Atendimento Socioeducativo (CONCEDENTE), Instituição de Pesquisa (CEDENTE) e Pesquisador, estipulando entre si as cláusulas e condições a seguir estabelecidas:

CLÁUSULA 1ª – O Termo de Compromisso de Pesquisa tem por objetivo formalizar as condições básicas para a realização de pesquisa da CEDENTE junto ao Órgão CONCEDENTE, sendo obrigatória a apresentação do Projeto de Pesquisa explicitando com clareza a justificativa, objetivos, metodologia e cronograma.

CLÁUSULA 2ª – O Termo de Compromisso de Pesquisa firmado entre a CONCEDENTE e Pesquisador (a) tem por objetivo particularizar a relação jurídica especial, caracterizando-se pela não vinculação empregatícia.

CLÁUSULA 3ª – Ficam estabelecidas entre as partes as seguintes condições básicas para a realização da pesquisa:

1. Este Termo de Compromisso de Pesquisa terá vigência de acordo com o período estabelecido no cronograma apresentado no projeto de pesquisa (CLÁUSULA 1ª), podendo ser renunciado a qualquer momento, unilateralmente, mediante comunicação escrita com justificativa;

2. A pesquisa será realizada em horário compatível com a Unidade de Atendimento Socioeducativo, de acordo com escala previamente elaborada pela Direção da Unidade.

CLÁUSULA 4ª – No desenvolvimento da pesquisa caberá:

1. À Concedente

1.1. Autorizar o (a) Pesquisador (a) a realizar sua pesquisa na Unidade, mediante avaliação técnica do Departamento de Atendimento Socioeducativo;

1.2. Acompanhar o (a) Pesquisador (a) na realização da pesquisa, mediante indicação de um funcionário pela Direção da Unidade.

2. Ao(À) Pesquisador(a)

2.1. Cumprir com empenho e interesse a programação estabelecida para sua pesquisa;

2.2. Elaborar e entregar à Secretaria de Estado da Justiça, Cidadania e Direitos Humanos e à Unidade de Atendimento Socioeducativo a redação final de sua pesquisa, assim como demais publicações originadas da pesquisa;

2.3. Observar e obedecer as normas internas da CONCEDENTE e do Serviço Público Estadual, bem como outras eventuais recomendações emanadas pela Direção da Unidade.

3. À Pesquisa

3.1. Conter fundamentos teóricos e éticos, os quais deverão dar sustentação ao tipo de pesquisa a ser realizada;

CLÁUSULA 5ª – Os procedimentos para realização da pesquisa devem observar rigorosamente as normativas da Unidade, quanto as rotinas de segurança:

1. Todo acesso do (a) Pesquisador (a) se dará com a prévia autorização da Direção da Unidade ou por aquele que estiver respondendo por ela;

2. O acesso do (a) Pesquisador (a) ocorrerá no horário de expediente, previamente agendado com a Direção da Unidade;

3. Toda autorização será precedida de identificação e apresentação do motivo do ingresso nas dependências da Unidade;

4. Caberá ao vigilante da guarita de rua solicitar o RG ou documento de identificação do (a) Pesquisador (a), conferir e registrar em formulário próprio o nome, o número do documento apresentado, a data e o horário de entrada, o motivo do ingresso na unidade e o setor/pessoa que irá recebê-lo;

5. O (A) Pesquisador (a) será encaminhado ao funcionário elegido pela Direção da Unidade que acompanhará a pesquisa.

CLÁUSULA 6ª – A Conduta do (a) Pesquisador (a) deverá seguir as seguintes normas:

1. É dever do(a) Pesquisador(a):

1.1. Manter sigilo absoluto sobre procedimentos de segurança, sobre história de vida e situação judicial dos adolescentes;

1.2. Primar pelo comportamento ético e moral dentro da Unidade, tanto na relação com os adolescentes como com a equipe técnica;

1.3. Ser assíduo e realizar suas tarefas com responsabilidade e compromisso profissional;

1.4. Respeitar rigorosamente os horários de comparecimento ao trabalho e intervalos estipulados para a refeição;

1.5. Manter uma conduta exemplar, de modo a influenciar positivamente os adolescentes;

1.6. Submeter-se à revista ao adentrar na Unidade, quando exigido;

1.7. Zelar pela disciplina geral da Unidade;

1.8. Apresentar-se à Unidade com vestuário apropriado, bem como em condições devidas de asseio corporal.

2. É vedado ao(à) Pesquisador(a):

2.1. Fazer acordos, negociações e troca de favores com adolescentes;

2.2. Prestar informações aos adolescentes sobre sua vida pessoal;

2.3. Dar aos adolescentes objetos, alimentos, correspondências ou qualquer outro material não previsto na rotina da atividade;

2.4. Receber presentes dos adolescentes;

2.5. Relacionar-se com os adolescentes de forma diferenciada quanto às exigências ou benefícios;

2.6. Usar roupas provocativas, sujas, transparentes, curtas ou que contenham símbolos e/ou logotipos de times esportivos, partidos políticos ou religião;

2.7. Fumar nos locais de acesso aos adolescentes;

2.8. Portar armas de qualquer espécie e telefones celulares nas áreas de acesso aos adolescentes, seguindo as normas de segurança da Unidade;

2.9. Fazer pregações políticas ou religiosas dentro da Unidade;

2.10. Usar apelidos ou adjetivos depreciativos ao se referir aos adolescentes;

2.11. Manifestar ou incentivar idéias que não coadunem com as diretrizes da Unidade ou que incitem revolta ou reações agressivas nos adolescentes;

2.12. Adentrar a área de acesso aos adolescentes com quaisquer objetos ou substâncias desnecessários e não autorizados, que ameacem a segurança e ou possam servir como moeda de troca para os adolescentes;

2.13. Assediar e/ou abusar moral ou sexualmente de qualquer pessoa dentro da Unidade;

2.14. Utilizar qualquer forma de agressão, seja física ou verbal;

2.15. Manter envolvimento e/ou relacionamento afetivo com adolescentes;

2.16. Fazer uso de álcool ou qualquer substância tóxica antes e/ou durante a realização da pesquisa dentro do Cense.

3. É proibida a entrada dos seguintes materiais nas Unidades de Atendimento Socioeducativo:

3.1. Armas de fogo;

3.2. Objetos perfuro-cortantes – facas, navalhas, estiletes, canivetes, metais pontiagudos, chaves e outros similares;

3.3. Drogas;

3.4. Bebidas alcoólicas;

3.5. Cigarro, charuto ou produto similar;

3.6. Fósforos, isqueiros ou similares;

3.7. Espiriteiras, fogareiros;

3.8. Produtos inflamáveis;

3.9. Produtos inalantes e/ou entorpecentes;

3.10. Revistas pornográficas e/ou eróticas;

3.11. Periódicos que fazem apologia à violência;



3.12. Jornais que tragam notícias do mundo do crime;

3.13. Telefone celular;

3.14. Quaisquer objetos que, a juízo da direção e/ou responsável pela segurança, constituir ameaça à vida, à integridade física, emocional e moral dos internos e funcionários e/ou risco de causar danos no patrimônio.

CLÁUSULA 7ª – A pesquisa se dará dentro das normas éticas vigentes, de acordo com os Direitos Humanos, Resolução 196/96 do Ministério da Saúde, Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) complementares.

1. A identificação do adolescente deverá ser preservada, conforme preconizado pelo ECA, em seu artigo 143 e em seu parágrafo único:

Art. 143 – É vedada a divulgação de atos judiciais, policiais e administrativos que digam respeito a crianças e adolescentes a que se atribua autoria de ato infracional.

Parágrafo único – Qualquer notícia a respeito do fato não poderá identificar a criança ou adolescente, vedando-se fotografia, referência a nome, apelido, filiação, parentesco, residência e, inclusive, iniciais do nome e sobrenome.

O não cumprimento deste implicará em penalidades previstas no ECA, em seu artigo 247:

Art. 247 – Divulgar, total ou parcialmente, sem autorização devida, por qualquer meio de comunicação, nome, ato ou documento de procedimento policial, administrativo ou judicial relativo a criança ou adolescente a que se atribua ato infracional:

Pena – multa de três a vinte salários de referência, aplicando-se o dobro em caso de reincidência.

§ 1º Incorre na mesma pena quem exhibe, total ou parcialmente, fotografia de criança ou adolescente envolvido em ato infracional, ou qualquer ilustração que lhe diga respeito ou se refira a atos que lhe sejam atribuídos, de forma a permitir sua identificação, direta ou indiretamente.

§ 2º Se o fato for praticado por órgão de imprensa ou emissora de rádio ou televisão, além da pena prevista neste artigo, a autoridade judiciária poderá determinar a apreensão da publicação ou a suspensão da programação da emissora até por dois dias, bem como da publicação do periódico até por dois números.

2. Os dados coletados serão de uso específico para o desenvolvimento da pesquisa em questão, conforme as normas vigentes. Caso os dados coletados sirvam para uma outra pesquisa, o pesquisador deverá encaminhar novo projeto para análise da Secretaria de Estado da Justiça, Cidadania e Direitos Humanos e autorização.

3. Qualquer alteração, exclusão ou inclusão na pesquisa será comunicada e, se necessário, solicitada a mudança ao Órgão CONCEDENTE.

CLÁUSULA 8ª – Constituem motivos para o cancelamento automático da vigência do presente Termo de Compromisso:

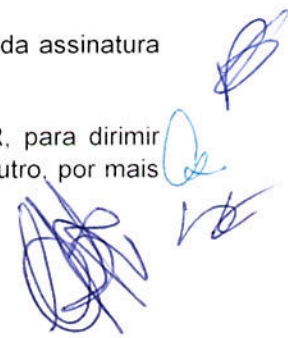
1. Automaticamente, ao término da pesquisa;

2. A qualquer tempo por interesse do Órgão CONCEDENTE ou da Unidade, mediante comunicação escrita com justificativa;

3. A pedido do (a) Pesquisador (a), mediante comunicação escrita com justificativa;

4. Em decorrência do descumprimento de qualquer compromisso assumido na oportunidade da assinatura do Termo de Compromisso da Pesquisa;


CLÁUSULA 9ª – De comum acordo as partes, fica eleito o foro da cidade de Curitiba-PR, para dirimir qualquer dúvida ou litígio que se origine da execução deste Termo, renunciando a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.



E por estarem de comum acordo com as condições deste Termo de Compromisso de Pesquisa, as partes assinam em 02 (duas) vias de igual teor.

Curitiba, 16 de dezembro de 2015


Concedente
com carimbo
Pedro Ribeiro
Diretor - DSA/CEU
Decreto 239/2015



Pesquisador (a)


Cedente*
com carimbo

Regiane Regina Ribeiro
Coordenadora do Programa de
Pós-Graduação em Comunicação
Matrícula: 1815001


Testemunha (nome e assinatura)
Profa. Dra. Claudiane de Quadros
SIAPE 1028925
SIAD 203977

*(instituição de ensino ou responsável pela pesquisa)


Testemunha (nome e assinatura)
Roberto Proçak
Secretaria do PPGCom
Matrícula: 94641

